

¥0 TAKE FREE



RootsRoots

「本物」だけが、アンティークになれる。本物を伝えるフリーペーパー ルーツ ルーツ

Vol.01

2015.9.25

創刊号

特集 対談：ルーツへ向けて



グリーンライフフェスタ
Rootsの森



RR
RR
GREEN LIFE FESTA
Rootsの森
2015.10.4(日)
10:00～16:00

Roots
健康な家、本物と育てる暮らし

詳しくはWEBサイトにて。
www.roots.jp



株式会社グリーンライフ

TEL 0120-91-3969

Roots（ルーツ）は株式会社グリーンライフが運営する新しいブランドです。

FAX 0120-91-6643 ✉ mail@glife.co.jp

グリーンライフ福島 検索

www.greenlife.co.jp

編集／制作／発行：ルーツルーツ編集室
株式会社グリーンライフ内

発行年月日：2015年10月2日 TEL 0120-91-3969

ルーツルーツはRootsが発刊する本物を伝えるフリーペーパーです。

株式会社グリーンライフ代表

長谷川 真児

三方舎 代表

今井 正人

対談「ルーツへ向けて」

インタビュー・文
ルーツルーツ編集部



「まず、今井さんと長谷川社長の出会いについてお聞かせください」

（今井） 何年くらい前でしょうかね。
（長谷川） 10年くらい前かな。

（今） もともとグリーンライフさんで家を建てられたお客様がボー・デコールがおもしろい店だということでいらしてくださいまして。その施主さんから紹介された社長が店に立寄りてくれて、それからいろいろと繋がっての付き合いかな。感謝祭をやるというので呼んでいただいて。当時ギャツペを扱っていたからそれを持って来て販売させてもらって。グリーンライフさんのお客様がかなり感度の高い方々だと聞いていたので、それに合う絨毯を持つてきて。

「今井さんの印象ってどんな感じだったんですか？」

（長） いやあ、だって、0（まる）の数が違うじゃないですか。こんなん売れるのかな？って。もうびつくり。今井さんの、そのなんだろう、営業トークじゃないんだよね。説明の仕方がすごいよね。それにはほんとに感動した。引き

三方よしのものづくり

（長） うちの企業理念じゃないんだけど、職人さんとうちとものお客さんの共通の家作りの理念を作ろうと。で、今井さんの三方舎さんの理念、それいいな！と思つて、三方よしの家づくりつてのを作つたのね。
（今） 最高ですね（笑） 私、傘下になります（笑）

（長） 作り手よし。売り手よし。買い手よし。

（今） 全く一緒です（笑） 三者全員がプラスの気持ちになつたり、幸せな気持ちになつたり、いいと思わなければだめだね。どこかにひずみがあつたりするとだめだね。とくにものづくりなんていうと。家とかなんて大金をだしているわけだから、きちんとそういう考えを持ったところで建ててもらわなければいけません。お客様のことを考えるのはあたりまえなんですけど、その作り手、絨毯だったら織り手さん、社長の場合だったら大工さんだったりとか、その辺の幸せもきちんと考えられる、案外そういうのじゃないよね。

（長） お客様だけ幸せにしてもだめだし、うちらだけ幸せでもダメだし、もちろんお客様が幸せであればうちらも幸せなんです。



込まれるつていうかさ。

（今） 商品の説明つて言うよりも、その・

（長） 背景ね。

（今） 背景。という思いでどういうものをみて感じて作っているのかをね。

（長） ログハウスや住宅なんかと同じじゃないですか。例えばログハウスだったら、カナダの職人さんが木を切つてきて、日本の職人さんがそれを受け継いで、一生懸命やろうつて作っている訳じゃないですか。一緒なんです。

「逆に長谷川社長のイメージはどんな感じだったのでしょうか？」

（今） 年齢を聞いたら自分よりもちよつと上で。オーラのなのがあつて、ちよつと踏み込みにくい感じもあつて。同じ年代の人達にそういう感じってないんだよね。だけど、大きい会社で従業員も抱えてつていうので、『社長さん』という感じでなんか持つてている人だとなつていうのがすぐにわかつて。色々とお付き合い出来ればいいなと単純にそのときは思つたんだよね。あまり同世代でそういう感覚つて芽生えることもなかつたんだけど、オーラかな、何かを感じるものがあつたよね。薄つぺらじゃない、厚いというか、懐の深い人なんだろうなという。それは社長だけがなくてスタッフさんとの関係性みてたらわかるよね。それが第一印象だね。それから感謝祭で毎年声をかけてもらつて。それで10年。

（長） 今井さんがきた初年度つてすんごい売れたのよ。まあ、俺もそうだけどさ、自分が好きなものじゃないと売れないつていうかさ。売れつて言われても売れないよね。

「思い」を伝えていくこと、
繋げていくこと。

（長） 事業継承じゃないけど、自分のやってきていることを継承して伝えるつてのはほんとに難しいよね。同じ思いを持つてお客

（今） 最終的に行き着くところだったり、企業の完成形というか理想形というか、志すものだったとか、そこに行き着くんだけだね。その三方を意識していくと、誰かを喜ばせた対価としてきちつとした清く正しくお金をいただける。そしてお金の対価つてその人を喜ばせたかどうかだと思つていて、例えば大工が喜ぶ仕事ができるとお客様も喜ぶ。そういうのをきちんと意識しているとみんなが潤うよね。幸せな気持ちになるだろしね。
（長） 長く続きますよ。一時の繁栄だけじゃないくて。

「本物」を追求していく先にあるもの

（今） 長持ちのするもの、嘘偽りのない素材だったりと、品質の良いものつて値段が高くなるわけだね。以前は安いものを沢山売るといふこともやつていたけど、最終的に経験を積んで、今は値段が高くて良いものを扱っている。それはすごく自信がついてくるということだよ。

（長） うちもログハウスからのスタートでしょ。つまり高額商品からのスタート。途中からログハウスじゃなくて一般住宅、もう少し価格を抑えたものをやりたくてやつたんだ

「さまに伝えていくのは難しいね。」
（今） 俺なんかもそうだけど、なかなかスタッフに自分の思いを伝えていくのはできないかもしれないから、それは会社の考え・理念で伝えるつていうのが大事だよ。三方舎の「三方よし」もそうだけど、言葉で束ねていかないとなかなか難しい。
（長） グループでの勉強会でもあつたんだけど、伝え方が大事だと。伝え方が出来ないのは悪だと。要するに、こんなに良いものを扱っているのに伝えることができてなくて、お客様は間違つて悪いものを買つてしまうこともあるわけじゃない。自分たちがちゃんといい商品をもつてそれをちゃんと伝えることができるように、伝える方が出来ないがためにユーザーが不幸になる。それは悪だ。

（今） それは我々が良いもの扱っているから言えるんですよ。良いものつていう定義はいろいろあるんだと思うけど、まあ社長は体に良いものであつたりとか、次世代に継承出来る骨太のきちつとしたものであつたりとか、そういう良いものをもつていくのに、それを伝えられないつていうのは悪なんですよ。ね。（長） お客様にはほんとうはそれがいはいずなのに、伝えきれないばかりに違う方へ行つてしまふ。それは、やつぱり伝え方なんですよ。

「お二人には、その自信があるんでしょうね。」
（長） 思いが一番なんじゃないかな。口べたでも俺なんか口べただけど・・・

（今） そんなこと絶対ないですよ！（笑）

（長） いやいや、ほんとに 実はお客さんと話すのそんなに好きじゃないのね（一同、笑）

（長） 営業なんて絶対いや。でも話していると熱くなつちゃうよね。自分のやつていることに共感してくれるお客さんと話していると熱くなつちゃうよね。

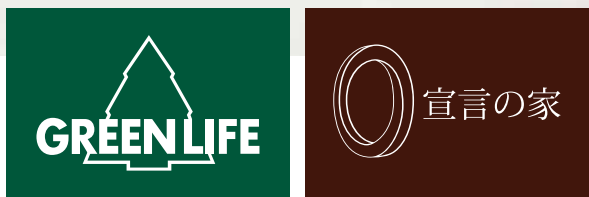
（今） わかる気がする。

三方舎のモロッコの恵みプロジェクトの成果が
2015年度グッドデザイン賞を受賞いたしました。



www.sps-i.jp [三方舎]で検索

Roots の森 にも出店します。



株式会社グリーンライフ 福島県猪苗代に本社にもつハウスメーカー。1979年創立。ログハウス事業を手掛ける。自然を愛し、自然を友とし、自然に習い、健康で安全な住空間を創造し、人々に豊かな暮らしを提案することにより、魅力あふれる社会の実現に貢献します。

0宣言の家 合板や集成材や木工ボンドをはじめとした住む人の健康を害する工業化製品や長持ちしない建材を徹底的に排除した家。福島県から始まった「0宣言の家」は、全国のユーザーや工務店に支持され、全国各地の工務店が実践している。

三方舎 新潟県新潟市にギャラリーを構え、上質な「モノ」の企画販売を行っている会社。グリーンライフショールームで、絨毯の展示販売イベントを数回開催している。

ギャツペ イランを遊牧する部族カシグアイ族などによって織られる遊牧民の手織り絨毯のこと。

ボー・デコール 新潟県新潟市にあるインテリアショップ。家具、カーテン、絨毯などを扱う。

三方よし 近江商人の哲学で、商人だけがもうけるのではなく、購買者や社会にも貢献できるような働き方を目指す理念。売り手よし、買い手よし、世間よしを表す。



株式会社 グリーンライフ
代表 長谷川 真児

昭和 42 年猪苗代町生まれ。昭和 61 年北米大陸最高峰 デナリ（マッキンリー）山（標高 6194 m）の登頂に成功後、日本人で初めて頂上からスキーでの滑走に成功する。平成元年自宅をログハウスで建築したのをきっかけに、ログハウス事業を始める。



三方舎 代表 今井 正人

三方舎 代表。全国のギャツペブームを牽引してきた実績を、今、新たにモロッコの絨毯復興に注いでいる。ました。その代表選定人としての活動の次の展開を、現在、モロッコをスタートとして行っています。





2015.10.4 (日)

“Roots”という 本物と育てる暮らしを伝える、 新しいブランドが誕生します。

株式会社グリーンライフは、1990年より、本物の暮らしを追い求めてきました。

今その追求は『0宣言の家』として大きくなっています。

その実績をもとに、グリーンライフは更なるスタートを切ります。

ずっと本物を追求してきたからできること。

これまでの株式会社グリーンライフの歩みから、

Rootsという新たな提案をはじめます。

ウェブサイト www.roots.jp



グリーンライフで建てた家で、
どんな暮らしができるかというのを
もつと提案出来るんじゃないかと思う。

けど、中途半端で。そのときに澤田さんに会
つてとことんやれつて。それで「0宣言の家づ
くり」つてのが始まった。ログハウスつて言っ
ても、そんな大きな市場ではない。で市場を広
げるために一般住宅もやつたんだけど、結果
ぎゅーつと逆にせばまったんだよね。これし
かありません、自分の扱える商品は、つてなつ
て。そりゃほんとに、自分でいうのもなんで
すが、並大抵の覚悟じゃなかったよね。でも、
すぐ結果はでた。みんなに説明して、建築中
のお客さまにも説明して「0宣言やるから全
部仕様を変えさせてください。」と。そしたら
お客さん、お金払うつてなつて。

(今) へー！

(長) 途中だったけど、途中からでも0宣言
に変えられるところは変えてったのね。お客さ
んも「いくら追加ですか？」つて。いやいやお
金はいりません、つて。見学会に来てくれた人
もすごく感動してくれて。普通、取り扱い商
品変える時つて一時的に下がるといふか、う
まいくにしても一度下がるんだけど、0宣
言にそれはなかったね。

(今) 本物を求めている人がいたというこ
とだろうね。

(長) それで職人さんにもその家作りに関
してちゃんと説明をしたのね。0宣言つてい
うのは、下地に合板を使わないつてことだか
ら、のじ板を一枚一枚張らなくちゃいけない。
コストはそんなに変わらないんだけど、要は
手間がかかるのね。だけど、大工さんも手間
がかかってもいい、つて言つたの。手間は多分
倍、3倍、4倍くらいかかるんだけどね。でも
当時、こういう家作りしたいんだ、つて言つた
ら賛同してくれたね。

(今) 社長が描く夢やロマンなんかに賛同
してくれる大工さんがいたんですね。

理念を体現できる場を

！今後目指すところは？

(長) 今までは性能・スペックを伝えてき
た。でもこれからは、工務店は暮らし方を
提案できるようにしないとだめだ、と。

(今) これまでの工務店さんだと、建てる
ことに必死になつて引き渡しが終わつた
ら、お客様にはあと1、2年のなかで数回
会う程度だけど、グリーンライフさんのお
客様をみてみると、すごく関係性がいいな
と思うわけ。感謝祭なんかもすごく楽しそ
うに來ているよね。だから、グリーンライフ
で建てた家で、どんな暮らしができるかと
かどう暮らすのがいいのかというのをもつ
と提案出来るんじゃないかと思う。絆だつ
たり、ものを育むことだったり、いろんなこ
とを伝えられるはずで。家が建つたらそれ
で終わるんじゃないで、むしろ、建つてから
関係性が始まるんじゃないかっつてね。

(長) うん。うん。

(今) だから、絨毯なんかそんなものの
ひとつだと思ふし、今後も、グリーンライフ
で建てた家を通して暮らしをどう育んで
いけるかとか、なにか一緒にできたらいいな
と思いますね。紙媒体とかじゃなくて、か
たちにあるものでみんなが共有できるもの
がいいよね。フェスとか。

(長) (今) Rootsフェスか？(笑)

(今) そう、そういう場で暮らし方を提案
できると、よりRootsの本質の部分がよく
見えてくるよね。あと、スタッフの人もそれ
をやることによつてRootsというものの捉
え方も変わってくるだろうし。

(長) Rootsで伝えたいことを写真や文
章だけじゃなくて、かたちにして伝えてい
きたいね。

編集後記

長谷川社長から様々なお話を聞いている
と、グリーンライフという会社のトップ
としても、個人としても、どの部分におい
ても骨太な感覚がある。社長は基本穏やか
な口調だ。しかし、そんな穏やかさとは
裏腹に、語られるこれまでの歩みは誰も
が成せることではない。

そんな骨太の長谷川社長との対談を受
けていただいた三方舎代表の今井氏。

同じ時代を生きてきたお二人から出て
くる言葉には、これまでの豊富な人生経
験から自信と誇りを感じるし、お二人が
扱う商品や会社の理念を通して、「本物」
をもつことの意味、またその「本物」と
もに暮らしを育てていくことの価値を知
ることが出来る。この対談で語られた内
容は、お二人より若い世代にはひとつの
希望となるであろうし、それ以上の世代
には次の世代に何を残すかということに
ついて考えるきっかけとなるような気が
している。

骨太な社長が育てた木（＝グリーンライ
フという会社）は、今では大木となり、そ
の大木を支えている根の深さと丈夫さ
をもつて、次の歴史を築いていく。
これから始まる「Roots」というブランド
が、「本物と育てる暮らし」というテーマ
のもと、どんな価値観を提示し、どんな
世界を見せてくれるのかとても楽しみで
ある。

