



27 ————— 26

# IMPACT CREATOR



ハーバルライフは  
人の暮らしを豊かにしてくれる  
重永 忠

# TADASHI SHIGENAGA

生活の木

## 父のアメリカ土産がハーブだった

### 植物の恵みはいいもの

父は表参道の大通り沿いで陶器店を営んでいました。僕はお店の2階に住んでいて、生まれても育ちもずっとここ。神宮前小学校、原宿中学校に通いました。今では街並みもずいぶんと変わりましたね。

小学校6年生の時に腎臓の病気にかかり、一生治らないと宣告されるような大病で、運動も満足にできない状態でした。ところが母が紹介された漢方医の処方でも漢方薬を服用したところ、中学2年生で完治。この時の経験で、自然の植物の恵みというのはいいものだという印象が残りました。

その少し後、父が出張に行ったアメリカでヒッピーと出会った

彼らが使っていたハーブをお土産に買ってきてくれました。当時は70年代半ば、音楽が好きでヒッピーに憧れていた私は父から彼らの生活ぶりを聞き、そのハーブに強い関心を抱きました。

漢方の件もあって、健康とか自然治癒にいいものだろう、ハーブティーも健康茶で、メンタルにもよさそうだなとか。今思えば大病の経験がなければ父が深くは考えなかったかもしれせんね。

### 日本中がポプリブームに

18歳の時、ギターが欲しかったので、父親にアルバイトをしろ、といわれたところ「忙しいんだからうちの店を手伝え」と、父の陶器店を手伝うことになり

#### 株式会社 生活の木 代表取締役社長 C.E.O

1961年東京都渋谷区生まれ。実家は表参道の大通り沿いで陶器店を営む。小学6年生で大病を患い、長く闘病するも漢方の服用により完治。植物の力に関心を抱く。18歳の時にアメリカ土産として父が持ち帰ってきたハーブに出会う。父の会社を手伝いながら、ハーブと少女漫画誌との共同企画を機に日本中にポプリブームを起す。その反響に手応えを感じ、ハーブ事業に本格的に取り組むことを決意。原料集めから販売まで一連のプロセスを全て自社で行う「オール自前主義」にこだわり、オンリーワン企業の地位を確立。直営店だけでも全国に約120店舗展開する。事業を通じてエンカルの活動にも積極的に取り組みつつ、ハーバルライフのさらなる普及を目指す。音楽好きで、社会貢献バンド「XQ's」としてチャリティーライブを定期で開催。また、地元表参道の商店街振興組合原宿表参道榊会の副理事長を務めている。



重永 忠  
しげなが だし

自然の恵みで  
どれだけ人間の心が豊かになるかを  
提唱し続けたい

ました。そこで、欧米で父が見てきたハーブというものを何とかがして広めていきたいと、ある企画が立ち上がりました。

当時、アルバイトで来ていた数名の女子大生が漫画研究会に所属していて、彼女たちのツナグりました。そこでポプリ作りが大好きな少女が主人公の漫画を描いてもらうことになったのです（\*1）。

それを読んだ小学生の女の子たちから、信じられないほどの反響がありました。女の子というのは、子どものうちからお化粧品とか香水には興味を持ちますが、小学生だと親が許してくれません。でも、ポプリを作ると香りを楽しむことなら許してもらえます。それがなら母親も一緒に楽しむことができます。これが非常に大きなポイントだったわけです。さらに、オリジナルのポプリを作って応募するというコ

ンテストも実施したところ、毎月の山のようにポプリの作品が送られてきました。大人も巻き込んで日本中でポプリブームが起きたのです。

次はハーブティーを売り出しました。当時は誰も飲んでいなくて、売りに行っても誰もわかってくれませんでした。でも、ポプリを楽しんでいてくれた女の子たちはわかってくれた。欧米の人たちのようにハーブティーを飲むことを楽しんでくれたのです。

ハーバルライフは人の暮らしを豊かにしてくれる。これをきっかけにハーブをメインの事業にしていこうとなりました。それからアロマテラピー、ハーブ染めなど、ハーブを使った用途開発をしていきました。

（\*1）『あこがれビニール』佐藤真里子著

28

## オール自前主義にこだわる

### 文明の利器と真逆なこと

現在、「生活の木」は全国で120店舗ほどの直営店、カルチャースクール、アールヴェーダサロン、旅行業など、事業は多岐に及んでいます。スリランカには本格的なアールヴェーダが体験できるホテルも作りました。商品は全て自社開発です。世界51カ国のパートナーフアームから原料を集め、我々が製造、加工、卸、販売していても力を入れていきます。

生活の木はイメージが変わらないとよく言われます。そのとおりで、大きな変革はしないと決まりました。テレビコマースやネットを打ち上げて、みんなを驚かせて注目を集めるということも絶対しませんが、全国の主要なところに店舗を置いて、その街の変わらぬものとしてずっと存在していきたいです。口ごも長く変えていませんし、店舗数も減ることなく、現在でも少

しずつ全国に増やしています。じわりじわりと伝わっていく浸透の仕方を選択したので、世の中はどんどん文明の利器が発達しています。進むのはしょうがないことと思いますが、だからこそ真逆のことを我々はやりたいかったのです。どんなシステムが開発されて、化学合成のものもたくさんできて、派手なバブル時代が到来する中でも、自然の恵みでどれだけ心が豊かになるかを提唱し続けたかったのです。

実店舗にこだわるのも、人々のふれあいの中で伝えることを大切にしているから。もちろん、社内においてはITやAIを駆使していますが、それはあくまでも裏方に限つてのこと。本物の香りや手触り、肌触りなどはリアルでなければ絶対に伝えることはできないので、お客さまに対してはface to faceでハーバルライフを伝えることを何よりも大事にしています。これを我々は「オール自前主義」と言っています。そうす

ることで必然的に自社商品と真剣に向き合うようになり、結果として本物を提供することができると。

ポプリ作りに興味を持ってくれた女の子たちも、我々と一緒に年齢を重ね、我々が提案する「ハーブのある暮らし」という世界に自然と入ってくれました。その彼女たちがやがてお母さんになって、親子でハーブを楽しんでみようになり、今ではお孫さんまでではじめている。そんなふうにして2世代、3世代にわたってお客さまになってくださっていて、非常に夢のある商売だと感じています。

## 社員の誕生日にプレゼントを

陶器屋からハーブのお店へと事業が変わっていても、父は何も反対はしませんでした。父とは仲がよかつたし、父も私と同じでみんなが左に行くなら自分は右に行きたいような人。私の祖父も同じ場所写真館を開

いていました。父が写真館の手伝いをしていた時に、お客さまだったアメリカ人の家庭を見て食器の輸入をはじめたのです。だから父も僕と一緒に、商売のタネは先代が持つてきて、育てるのが自分、というのが三代続いている家なのです。

文化祭の準備みたいな日々がずっと続いてきたような感じでしょうか。父も私もみんなで一緒にワイワイ何かを考えて、それがなければ作って、そして売ってみる。父はもういないですが、今でもそのカルチャーは生活の木に残っています。

生活の木では店舗のスタッフも含めてみんなが正社員です。生活の木にアルバイトという考えはありません。みんなよくやってくれています。

しかし、反省もありました。10数年前に、ふと社員の本音が知りたいと思いついた。社員満足度を調査会社に依頼したところ、結果は平均をこえていた。気になったのは自由に書けるコメント欄で、そこで圧倒的に多かった

のが「もっと勉強がしたい」「社長と会って話したい」というもの。そうか、みんな会社のことをよく思ってくれている、勉強したいと思ってくれている、それに十分に答えられていないのか。であれば、会社としてもっと努力が必要があると。

さっそく、研修制度を導入し、研修後には社員と一緒に食事を会って、直接社員と会話できる機会をたくさん設けました。徹底して継続し、3年後に同じ調査を実施したところ、東日本エリアで1100人中、社員満足度が第1位になってしまいました。みんなの期待に応えることができた。成績などは気にしませんが、これは驚きましたし、素直にうれしかったですね。

社員とよく話して、仲よくするというのは「僕は君のことを気にしているんだよ」という社員へのメッセージだと思っています。現在7800人の社員がいますが、1対7800じゃなくても、1対1の関係が7800でありたいと常々思っています。

「子どもが大きくなった」とか「ちょっと仕事でくじけちゃった」とか、みんなストーリーがあります。それを知らないと、努力しないといけないのです。

## 半径1メートルを大切にす

僕が常々大事にしているのは、「半径1メートルの人たちを大切にしよう」ということです。これは物理的な範囲を言っているのではなく、「自分の身近な人を幸せにできない人は、世界中の人を幸せにすることなどできない」という考え方です。

半径1メートルの人とは、僕にとって一番身近なのは家族であり、うちの社員です。社員もいけば運命共同体の家族ですよね。会社がよくなれば私の運命もみんなの運命もよくなる。ですから、僕は新卒採用も最初の会社説明会から参加しています。参加してくれた学生さんに50分くらい真剣に話します。社員教育はそこからはじまっていますと考えていて、採用まで何度も立

ち会います。採用になるのはハーブに興味を持っていてる人ばかりではありません。ほとんどが会社の考え方や、経営理念に共感してくれた人たちです。4月の入社式に社長がはじめて会って「君が新入社員か」なんていうのはおかしい。自分のところの家族になる社員なのですから。

そして、どのような形でもかまわないので、日本中の全ての家庭にハーブライフの要素を取り入れてもらうことが理想です。パーチャルなものも氾濫し、生のモノも、生の匂いも自然にも触れる機会がない。そのアンチテーゼとして、植物の自然の恵みを日常に取り入れるハーブライフを提案することが僕らのミッションだと思っています。でもだからといって、やはり派手な広告などは打しません。本当のよさと本当の使い方を教えるには半径1メートルから。ハーブ文化はじつくりと熟成させていくものと僕はそう思っています。

(取材／2018年10月)

31

30

## 心の支え

ひとつは音楽。「No Music, No Life」が信条で、僕が好きなのはヘヴィメタル。息子と一緒に今もよくライブに行きます。自分では経営者の音楽仲間たちと社会貢献のためのロックバンド「XQ」を組み、チャリティーライブなどで活動しています。

もうひとつの支えは父の教えです。父は企業経営者というよりは商人。商いの厳しさをよく知っていました。「牛尾より鶏頭になれ」「商売は儲かるか儲からないかのどちらかだ」とよく言われました。商売は大変だぞと言いつつ、それでもいつも楽しそうにしていた父の姿が大きな支えになっています。

## CREATOR'S LION



## COMPANY PROFILE

### 株式会社 生活の木

1955年創業、旧名は「陶光 生活の木」。1970年代からハーブの輸入をはじめ、母娘を中心にポプリブームを起こす。その後さまざまな用途開発をおこないながらハーブ・アロマセラピーの事業を展開している。「オール自前主義」にこだわり、世界51カ国のパートナーファームから原料を直輸入し、自社で製造、全国120の直営店を中心に販売。アーユルヴェーダサロン、カルチャースクールなどもおこなっている。また、エンカルパニーとして、「コミュニティトレード」、「ウェルフェアトレード」など積極的に取り組んでいる。

Address 東京都渋谷区神宮前6-3-8 <https://corp.treeoflife.co.jp>



3代に渡つてこの地に、現在の「生活の木原宿参道店」写真提供／生活の木