



※『スロウ』最新刊50号にまほろばを取材いただいた記事が掲載されました！！



知識でなく、感覚で買う。
自分の身体の声を聴こう。

| 札幌市 | まほろば |

物を選ぶ時代から、 生き方を選ぶ時代に。

まほろばでは、約3,000品目以上の商品を扱っている。取引のある会社は300社以上。
独自の仕入れ基準を満たした商品だけが並ぶこの店では、
「選ぶ」ことの責任や大切さを身に感じてもらう。
「これからの時代は、生き方の追求になる」。
そう話す店長の太橋和則さんの言葉が印象的だった。

「まほろば」は、3年前に創業30年を迎えた。社員一同に対して、社長の宮下周平さんが言った言葉は、「右肩下がりでいい」。売上に関してのことであるが、もちろん販売をやる以上業績は大切だし、何より数字はわかりやすい。その言葉の背景にあるのは、売上目標を見るのではなく、従業員一人ひとりが幸せかどうか。自分がしていることが、人を幸せにするかどうかが大切であり、心のふるさとのような「まほろば」として、自分たちの商いが世の中に認められれば、数字は自然に右肩上がりになる、という意味が込められている。

スロウ 048



野菜や果物、魚や肉などの生鮮食品から、調理器具や衣類までの生活用品全般が揃う。

まほろばだより

No.4442 17-025 3/3



店内で焼いたパンの販売コーナーやコーヒーが飲める休憩スペースもある本店。一つひとつ丁寧に書かれた説明が添えられているので、ついつい買い物時間も長くなる。

付いているから、「手にとりやすい」。でもここでは、数ある商品の中から選ぶ必要はない。選ぶ基準は「自分(あるいは家族)にとって、今それが必要かどうか」。その1点に尽きるのではない。
「どこにでもあるものは、ここには置いていません。もちろん仕入れ基準は明確にありますが、もう一度食べたい、使いたいと思うような、感動のあるものを置きたい」と話してくれたのは、常務取締役であり、本店店長の太橋和則さん。「みんな自分の身体の声や心の中に無頓着」と指摘する。これだけの情報社会ともなれば、人はすぐに情報に左右される。「あれがこれに効くらしい」と聞けば、飛びつくのも早い。「自分にとって良いことが人にも良いかどうかはわからない。顔が一人ひとり違うように、体質だって一人ひとり違うんです」と、落ち着いて聞けばよくわかることも、集団心理が働くと、人の意思はあまりに弱い。身体の声や心の中に無頓着で、考えて行動することがいかに多いかということが身に染みる。

049 スロウ



人体生理にふさわしい糖だけを集めて作ったオーガニック商品の「一二三(ひふみ)糖」。876円。



16種類の豆を長期熟成、非加熱製法で作った「新醬(あらびし)」。1,620円。



有機JAS認証の強力粉や全粒粉を使い、自社のパン工房で焼いた天然酵母のバターロール。1個124円。



まほろばの思想・哲学が凝らされている創業社長の最新刊『新醬(あらびし)』。3,024円。

本店事務所の下には地下空間が、建物建設の際に出てきたというハート形の石が祀られている。ここでもコンサートなどを開くこともあるという、隠れた癒やしの空間だ。



建物を設計する際には黄金比(黄金分割)を使った。建物の中心に浮かび上がったのは、ハートの形だった。店内奥の浄水コーナーには、図面に合わせて床にもハート、シンクもハート、天井にもハートが造作されている。



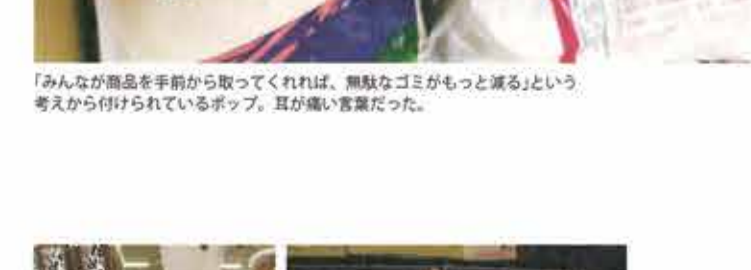
「僕たちが、こうでなければならぬ」と決めつけないようにしています。失敗すると人のせいにしてしまうので、あくまでも自分自身を知ることがまず最初」と、太橋さん。食べ物や飲み物は、北海道は冬が長く寒いので、皮下脂肪をつけて血液を濃くするために、皮ごとこつこつしたものを、カロリーのあまるものを食べたりはせず、節分を境に春は山菜、夏は生野菜や酢の物、果物などを冷やすものを。「昔の人は、みんな本能でわかっていた」と、太橋さんは言う。テレビやネットで聞く、住む地域も体質も違う誰かのことを真似しようとは、思いません。まずは自分。見るべきは、最小単位から。まず自分、家族、地域。まほろばが目指すひとつの目標は、老若男女が「小国憲民」という言葉がある。「国は小さく、民は尊(少)なくあるべし」という意味だ。まほろばはこの精神のつとめ、地域で生産・流通・消費を循環させよ

スロウ 050

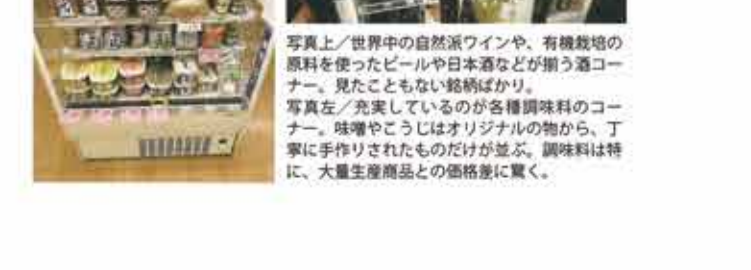


商品は手前からお取り下さい
地球環境保護のためにも脱! 廃棄にご協力ください

「みんなが商品を手前から取ってくれば、無駄なゴミがもつと減る」という考えから付けられているポップ。耳が痛い言葉だった。



写真上/世界中の自然派ワインや、有機栽培の原料を使ったビールや日本酒などが揃う酒コーナー。見たこともない銘柄ばかり。写真左/発酵しているのが各種調味料のコーナー。味噌やしょうじはオーガニックの物から、丁寧に手作りされたものだけが並び、調味料は特に、大量生産商品との価格差に驚く。



専任の編集者が2名体制で制作しているという。まほろばの理念や考え、商品の良さを伝える冊子類。「まほろばだより」は、30年以上、通算4,000号も発行している雑誌。



まほろば 本店
札幌市西区西野5条3丁目1-1
TEL.011-665-6624
まほろば 厚別店
札幌市厚別区厚別中央1条3丁目
TEL.011-894-5551
http://www.mahoroba-jp.net



豊富な知識を持つ店長の太橋さんと店内を巡るのも楽しい。客から求められそうな常備スタイルだが、「最初は教えますが、その後はお客様自身で考えて選びとってもらうのが目標」と。



うと、社内での自給自足や地産地消を行ってきた。自分が住む地域や限られた仲間を単位とした考え方。今、地産地消という動機が各地で生まれつつあるように思う。ある人は作り、ある人はそれを広め、ある人はそれを売る。そのやりとりは、今まではお金という物質が仲介しているけれども、きつと互いに心地良く、公平な価値の交換ができるはずなのだ。

まほろばを訪れる人は、実にさまざま。環境や子どもを育てることを考えて選ぶ人、病気の経験から食事を見直している人、宗教的理由や精神世界から入った人々等々。この店は、どんな理由で訪れた人に対しても、広く開かれている。「自分が選びたいものを、だれでも安心して選べる場所でありたい」。

それが、誰かの心の拠り所。「まほろば」であるように、創業の信念を今も貫き通している。

051 スロウ