

見つけた“可能性”を、ビジネスの中で磨き上げる 心を動かす「途上国発ブランド」を目指して

「途上国」とひとくくりにされている場所に眠る、素晴らしい資源と可能性に、ビジネスを通してチャンスを提供していくことはできないのだろうか？ 善意だけではなく新しい形のフェアトレードの実現に向けて、チャレンジを続ける若き女性起業家、山口絵理子さん。黄金の糸・ジュートと仲間たち、そして10年後のビジョンが彼女の武器。



「これ、バングラデシュで作ったの？」という驚きを伝えた
い」とマザーハウス代表取締役・山口絵理子さん

フジサンケイ・大和証券グループ 女性起業家支援プロジェクト2007 「女性起業家ビジネスプランコンテスト」

2001年からサンケイリビング新聞社が実施してきた「女性起業家支援キャンペーン」。2005年からは、サンケイリビング新聞社（リビングネットワーク）、産経新聞社、フジサンケイ ビジネスアイが主催、大和証券グループが共催し、女性起業家を力強く応援するプロジェクトとして運営されています。

今年度のビジネスプランコンテストの応募締め切りは9月28日（金）。ここから、どんな新しい女性起業家が誕生するのか、どうぞ注目してください。

<http://www.w-challenge.com>

直営1号店は、台東区入谷に決定

「直営店を出すなら表参道や自由が丘で、つて最初は思いました」と笑いながら話す山口さんだが、迷い悩んだ末に選んだ場所は、台東区入谷だった。

オシャレな街で、たくさんのお物件を見ても、どうしてもしっくりこない。立ち止まり、原点に返り、「私たちがそこに店を出す意味は何だろう」と考えたという。企業として新しいスタイルをつくり出そうとしているマザーハウスが、ほかのアパレルメーカーに並ぶ必要はあるの？

気が付けば、起業当初から使っていた入谷の倉庫があった。「私はここが好きなんです」と山口さん。どことなくバングラデシュの街角にも似ている雰囲気。遅くまで作業していると心配して声をかけてくれるご近所の人の温かさ。「最近元気がないなんて言われている

株式会社マザーハウス 代表取締役 山口絵理子さん

慶應義塾大学総合政策学部卒業。ワシントン国際機関でのインターンを経て、バングラデシュBRAC大学院開発学部修士課程入学。2年間の現地滞在中は日本大手商社のダッカ事務所に研修生として勤め、夜間の大学院に通う。2006年に帰国しビジネスを通じた国際貢献を实践すべく株式会社マザーハウスを設立。フジサンケイ・大和証券グループ 女性起業家支援プロジェクト「女性起業家ビジネスプランコンテスト」で2006年度の最優秀賞を受賞

メード・イン・バングラデシュの 先入観を覆す、高品質ジュートバッグ

「途上国から世界に通用するブランドを作りたい」と、山口絵理子さんはマザーハウスを起業した。2年間のバングラデシュでの生活の中で、善意や自己犠牲の上に成り立つ途上国支援に疑問を感じていた山口さん。経済基盤を強固にし、持続的なサポートをしたい。そのためには途上国にある資源を使う、高品質の商品を作り先進国へ輸出しよう。とバングラデシュの主要農産物ジュートを使ったバッグの商品化と販売を目指したのだ。起業1年目は、政情不安の中で現地パートナー企業探しも試行錯誤の連続だった。山口さんのこだわりだったデザインや品質の面でもトライ&エラーが続いた。ようやく信頼できる現地パートナーに巡り会うことができたのは、起業から11カ月たった今年の2月。生産工場も、バングラデシュで一番の技術を持つという工場が見つかり、日本初の上級ジュート生地の特売契約も結ぶことができた。同時に、山口さんは商品のデザインを一新する決断をした。「それまでフォーマルなデザインのバッグを650個売ってきて、正直このデザインならホントはジュートよりも革の方がいいのに、と自分でも思っていたことに気付いたんです」と振り返る。生地の良さを最大限に生かすためにカジュアルなラインに変更、帆布などのナチュラル系のバッグを使っている層にターゲットを絞り、シンプルさだけではない、ナチュラル、でも個性的な商品売り出した。

決断の結果、毎月1000個の現地生産ラインを確立。今、売り上げも倍増と流れに乗り始めている。「でも、今まで、これなら絶対に売れる、なんて思ったことは一度もありません。小さな会社だからこそトライ&エラーで、だめなところは、お互いに伝え合い次のことを考えていく。それが現地工場にとつても良いことだと思っています」とさらりと言う。

平均年齢26歳。常識にとられない 発想の結果は売り上げで示していく

マザーハウスの従業員は現在5人、平均年齢は26歳。さらに社外アドバイザーとして、10人ほどの協力者がいる。「自分のスキルを社会のために生かしたいと思っけていても、大きな組織の中ではそのチャンスがなかなか見つからない」と大手本社での勤務経験を持つ山口さんは言う。自分たちの力で成長していく会社を間近で見て、感じられる面白さもあるのだろうか。マザーハウスには山口さんが持たないスキルを持つ多彩なスタッフが集まってくる。

メンバーによる戦略会議では、あらゆる可能性について知恵を出し合う。同業者にとっては常識外、笑われるような案でも、そこに意味があれば形にしていくなのがマザーハウス流だ。ある百貨店でのイベントの際、売り場でバングラデシュの映像を流してもらった。百貨店の担当者は今までにないケースに戸惑い気味だったが、結果はキチッと売り上げを示した。



ジュートのイメージからは想像もつかない、なめらかな手触りのマザーハウスのバッグ。価格帯は7000円台～1万5000円台。直営店のほか、セレクトショップや百貨店イベントで販売。HPでの直販も行う。ホームページは下記
<http://www.mother-house.jp/>