



行列工務店に学ぶ生き方

大工魂×アメリカンカルチャー

こだわり層に刺さるヴィンテージスタイル 社員大工がオリジナルデザインを形に

ハグホーム [埼玉県川口市]



ポップ&アンティークなテイスト。外装にはシラスとん壁（100%自然素材）・板張り・木製断熱玄関ドア、花形ブロック、木製門柱などを使用

ハグホーム（埼玉県川口市）は、3代目として高津工務店を継承した元大工で社長の高津久嗣さんが率いる「設計工務店（アーキテクトビルダー）」だ。「ヴィンテージスタイル」を最大の特徴としながら、自社設計と社員大工による精度の高い施工にこだわる。マーケティングは一切、行わない。高津さんが幼少期から親しんできたアメリカンカルチャーのセンスを反映させた住宅のデザインやライフスタイルの提案が、“こだわり層”に突き刺さる。

ベンチマーキングポイント 3

① ヴィンテージスタイル



上質な肌触りが特徴の秋田杉やアメリカのタモ材、無垢材でかたどったヘリンボーンをアクセントに加えるなど、自然素材を使ってヴィンテージスタイルの世界観を表現。

② プロの手描きサインペイント



ドアにプロペインターの Damky signs による手描きメッセージを施す。インテリアとしての側面もあるが、施主からは「唯一無二のデザインでかけがえない思い出になる」と評判だ。

③ 設計工務店×社員大工



大工を社員として雇うことで、長期スパンでビジョンを共有。設計・施工まで一貫して行う家づくりで、住まい手の“想い”を具現化する。

ハグホームの前身の高津工務店は、高津さんの祖父の吉次さんが1932年に創業した。木造住宅専門の工務店として、地元・川口市一帯を商圏に和風住宅を手掛けていた。世代交代により吉次さんから経営を引き継いだ2代目の高津さんの父、染治さんは2009年に退任。それまで高津工務店の傘下としてハグホームの屋号で活動してきた高津さんが同年5月、3代目として社長に就任すると同時に、社名をハグホームに改めた。

このタイミングで、もともと高齢化していた社員大工が一斉に退社。高津さんは「会社を引き継いだら、実質ゼロからのスタートだった」と振り返る。それでも長く大工として働いてきた高津さんは、自社の家づくりの生命線とも言える社員大工にはこだわった。「ものづくり」の根幹は変えないまま、徐々に高津工務店ではない「ハグホーム色」を強めながら、自分なりの家づくりや会社のあり方を確立していった。

自社の設計力と社員大工による施工精度の高さを武器にする同社は、設計から施工まで責任を持ち一貫して担う意味を

込めて「設計工務店」と名乗る。背景には、高津さんが高津工務店時代に大工を長く経験したことがある。

高津さんは「施主から要望を聞くうちに、自ら設計・施工まで一貫して行う家づくりが、住まい手の“想い”を共有する上で重要だと感じていた」と大工時代を振り返り、自身が社長となってからは「設計工務店の形態をとるのは必然だった」と語る。

そのほかにも理由がある。高津さんは「近年の家づくりに疑問を感じていた。既製品をパズルのように組み合わせる無味乾燥な住宅が街中に増えていくことに嫌気がさしていた」と胸の内を明かす。

独自スタイルは生い立ちが影響

同社が手掛けた昨年の年間棟数は約8棟で、施工エリアは埼玉を中心に、東京・神奈川・千葉・栃木と、関東近郊。新築だけでなく、戸建て、マンション問わずリノベーションも得意としている。ただ、近年は引き合いが増加していることもあり、現状の家づくりのレベルを維持する

ため「施工エリアは片道100km程度の範囲内に絞っている」（高津さん）という。

同社が提供する住宅は、アメリカンヴィンテージのスタイルが大きな特徴になっている。近年、こうしたデザインや生活スタイルそのものが注目されているが、高津さんは「始めた当初から流行やカテゴリーといったものを意識したことはない」と言い切る。マーケティングの結果としてではなく、あくまで高津さんの内側から生まれてきたスタイルと言える。

「物心ついた時からアメリカンカルチャーに関心があり、音楽やファッションなどに親しんでいた。それが自然と自分の仕事に反映され、今のスタイルが生まれた」と高津さん。その上で、「感動し、記憶に残る風景やデザインからインスピレーションを受けている。マーケティングは一切しない」と語る。

それこそが独自性の強いスタイルを生む源になり、そこにコアなファンがついてくれていると高津さんは考える。



米軍ハウスのような趣も感じられる、沖縄ブロックの壁がシンボルの平屋住宅。シンプルな動線ながら味わい深い豊かな空間が広がっている



キッチンからすべて見渡せる抜けのある空間は家族のコミュニケーションや子育てがしやすい環境を生みだす

壁に仕切られることなく目線が行き届く開放的な空間が広がっている

自然素材を使った木づくりの家

同社は、無垢の木材を中心に自然素材を多用する“木づくりの家”にこだわっている。白い板張りの天井や職人の手作業による漆喰の壁、上質な肌触りが特徴の秋田杉の床などの「素材感」も住まい手から好評だ。ダイニングキッチンにはアメリカのタモ材など用いてクラシカルな雰囲気を再現。キッチンカウンターの腰壁には無垢材でかたどったヘリンボーンをアクセントに加えるなど、ヴィンテージ感あふれるオールドスタイルを貫く。

家具の多くは同社の社員大工による手

づくりで、照明もプランニングから製品選択まで一貫してプロデュースする。特徴的なのがドアのペインティングだ。同社とパートナー契約を結んでいるプロペインターのDamky signs（ダンキーサインズ＝金子裕亮さん）が手書きし、施主の要望に応じたメッセージを描く。高津さんは「ペインティングは唯一無二のデザイン。施主にとっては一生の思い出になる」と話す。

内面からライフスタイルを描く

高津さんは顧客と徹底的に対話を重ねることで、家づくりを行う。「どんな家

に住みたいかではなく、どんなライフスタイルを送りたいかをあぶり出したい。密なコミュニケーションを重ねることにより、施主が思い描く暮らしを“設計”するという。

例えば、施主が通うカフェやファッションブランド、好きな雑誌、スポーツなど、対話の中から趣味・趣向を探り、場合によっては高津さんが自ら足を運び、体験や調査を行う徹底ぶりだ。高津さんは「家づくりは対話が肝。住宅の機能や性能にとらわれず、内面的な部分からライフスタイルを描いていきたい」と話す。OB施主とのつながりが深いのも同社の



アメリカ西海岸の風を感じる佇まい。外装にはシラスそとん壁（100%自然素材）・木製断熱玄関ドア・アンダーセン木製窓・板張り・乱形石張り・スチール手摺などを用いた



高津久嗣 社長

ハグホーム

ハグホームの前身、高津工務店は1932年創立。2代目・染治さんが2009年に退任。同社の傘下として活動していた高津さんが同年5月、ハグホームが吸収合併する形をとり3代目の社長に就任。年間棟数は約8棟、戸建やマンションリノベーションなども手掛ける。商圏は埼玉を中心に東京、神奈川県、千葉などに展開。「設計工務店」としてヴィンテージスタイルを得意とする。

特徴の一つ。打ち合わせの段階で顧客をOB施住宅に連れていき、「ハグホームの世界観を実際に体感してもらっている」（高津さん）。

高津工務店時代から変わらないもの

高津工務店の時代を含めると3代にわたって経営を継承している同社の家づく

りのビジョンやコンセプトは、時代によって変化を遂げてきた。が、創業当初から一貫して社員大工による家づくりを行ってきた点は変わっていない。

その理由について高津さんは「先代（父）の影響が大きい」と話す。「家は建てて終わりではなく、建てた後からがスタート。困った時に気軽に立ち寄れば、顔

なじみの職人や大工がいる。そんな昔ながらの工務店のあり方を見て育ってきた」と振り返る。「そのスタイルを継承することに何の迷いもなかった。施主に対する想いや家づくりに関するスタンスなど、本質的なところは高津工務店時代と何ら変わっていないと思う」と語った。