

「ともにつくる」家 合同会社つみき設計施工社に聞く

顧客を共創者に変える 参加型リノベーション

日本の建設業界では、慢性的な大工・職人不足と技術継承の断絶が深刻な課題となっています。加えて空き家の増加、資材高騰、環境負荷への意識の高まりなど、従来型のビジネスモデルだけでは立ち行かない構造的問題が顕在化しています。こうした状況の中で、千葉県市川市を拠点とする「合同会社つみき設計施工社」という小さな工務店独自の発想が注目を集め、ついには国土交通省の表彰や業界最高峰の賞を受賞するまでに成長しました。同社が掲げるのは、「参加型リノベーション」、そして「ともにつくる」という一見すると非効率にも思えるコンセプトです。実際にどのように行われるのかお話を伺いました。



▲河野直(なお)さんと桃子さん。共同代表でご夫婦でもある

市川マップ関連図-2024：市川市に商圏を絞ることで「ともにつくる」の価値が共有しやすく、口コミで依頼が舞い込んでくる。手がけた場所や店舗同士のつながりができ、コミュニティの交流がさかんになった



近年、世界では「修理して長く使う」価値観が再評価されています。イギリスでは2021年に家電製品の修理マニュアルと部品の長期提供が義務化され、オランダ発祥の「リペアカフェ」は、修理を通じた地域コミュニティの場として定着しています。背景にあるのは、環境配慮だけでなく、「自分の手を動かし、直し、つくる」という人間の根源的な欲求です。

つみき設計施工社は、この欲求を建築という分野で事業化した会社です。新築でも、空き家などストック空間のリノベーションでも、施主が必ず工事の一部に参加します。壁を塗る、床を張る、棚をつくる……プロの職人かそれに準ずる指導者の指導のもと、安全と品質を担

保した上で「一緒につくる」ことを条件に仕事を受けるというルールが、同社の事業の核です。

「自分で何かつくる、修理する、そんな喜びを多くの人に感じてもらいたい。そのために、今まで囲いの中で閉じられてきた建築現場を開放することで、学びと繋がり場へと変えたいと思いました」と話すのは、同社の共同代表で建築士の河野桃子さんです。

桃子さんは、京都大学の大学院を卒業後、就職せずに、同大学の学部生のときから交際していた夫の直さんと会社を起業しました。そこに迷いはなかったと言います。二人がつくった工務店は、創業当初から「ともにつくる」というコンセプトを大事にしている点で他と大きく異なります。

分業を超えた「三位一体」の設計思想

一般的な建設業界では、設計者と職人、そして施主は分断されがちですが、同社の特徴は、設計・施工・施主を一つのチームとして位置づけていることです。

リノベーション現場では、「水もれしていた」など、解体していく途中で想定外の問題が生じることが多々あります。机上の設計図だけでは対応できない場面で、設計士と職人が対等に議論し、その場で判断することも大事になります。本来、距離があるとされる設計士と職人ですが、その対等な関係と現場での柔軟性があってこそ、いいものができるのだそうです。そして、そこに施主が「参加型リノベーション」として参加することで、三者で「ともにつくる」という新しい価値を生み出しました。

この思想の原点は、桃子さんの学生時代にあります。それは「誰のためのデザインなのか」という違和感でした。大学では、「誰も見たことのない斬新で新しいデザインを目指すべき」と教えられていた桃子さんは、果たしてそれが誰のためのものかと悩んだそうです。

そこで、使う人の顔が見える設計をしたい、それを実現するには、三者の距離を縮める必要があると考えたのです。

「施主と職人がお互いの人柄や仕事ぶりを知ること、両者の距離が縮まり、互いに思いやり合える関係になれるのではと思っていました。そしてそのことは職人にとってはモチベーションになると考えていました。職人と施主がコミュニケーションを取るためのツールが、参加型ワークショップだったんです」と桃子さん。この参加型リノベーションが、完成物の価値だけでなく「プロセス」としての価値も高めることになっていきます。



施工の協力者である相良工務所の大工さん親子と一緒に



2025総合グランプリを受賞した作品のリノベーションワークショップの様子。大人も子どもも楽しく参加

「ニーズがない」と言われた事業に評価が付くまで

2010年に同社は創業しました。しかし、立ち上げ当初、起業セミナーなどでこの構想を語ると、「前例がない」「誰が喜びのかわからない」「ニーズがない」と評価されました。当時はDIYという言葉すら一般的ではなかった時代でした。

それでも同社は、「一度、DIYを体験すればその価値は伝わる」と信じ、ワークショップ形式で施主や地域住民を巻き込むことを貫きました。施主の友達や、SNSを活用して人を集め、ノコギリなど道具の使い方から丁寧に教えるようにして始めます。棚の造作、漆喰・ペンキ塗り、タイル貼り、床張りなど、多彩なワークショップがあり、参加者は「できた」「つくれた」という喜びと成功体験を持ち帰ります。そして、参加者が次の顧客になったり、他のお客さんを連れてきてくれるようになりました。ワークショップはいつの間にか、広告であり、営業であり、ブランディングの中核となっていきました。

それは、住宅にとどまらず、飲食店などの店舗でも見られます。开店前からお客さんと一緒に内装をつくり上げて地域にファンをつくる店舗も見られます。

プロセスの中に価値を見出し、顧客を「消費者」から「共創者」へと変えたとき、事業は新しい成長曲線を描き始めます。創業当初は「ニーズもない」「社会的インパクトもない」といった批判を受けることもありましたが、15年でワークショップは500回以上、参加者は1,500人を超えました。施工地域をあえて、自分たちが住む市川市エリアに限定した戦略も功を奏しました。施主やワークショップの参加者が自然と顔見知りになり、「手伝ってもらったから、次は手伝いに行く」という関係性が生まれ、地域内で助け合いが循環するようになりました。

市場を競争で広げるのではなく、関係性を深めることを選んだ結果、顧客同士がつなが



地域の私設図書館で使う棚を親子で協力してつくるワークショップ。プロの手本を見たあと、親子チームで組み立てていく。図書館へ絵本を提供すること、成果物である棚が図書館への寄付が条件だが、多くの親子が集まる

り、街への愛着、地域コミュニティの形成につながりました。

こうして「ともにつくる」という思想は、建築を超えて「まちづくり」としても評価され、2025年には国土交通省まちづくりアワード特別賞を受賞しました。また、2025年に施工した一戸建の作品は、「リノベーション・オブ・ザ・イヤー」において、総合グランプリを受賞するなど、高く評価されました。

次の成長フェーズへ——ノウハウの事業化

一方で、設計施工だけで大きな利益を上げるのは容易ではありません。そこで同社は、これまでに蓄積したノウハウを「教育」と「DIY文化の普及」という新たな事業へ展開しています。

「ともにつくる」楽しみを多くの人に伝えたいと、これまでの実践から得たノウハウを詰め込んだ書籍『ともにつくるDIYワークショップ』（ユウブックス刊）の出版、大学や各地で「DIYワークショップのはじめかた」などの講座の開催、全国での講演活動を行うほか、さらに一般社団法人を設立し、建築を学んでいる国内外の学生に向けて、広島県三原市の離島（佐木島）をフィールドに、設計から施工までを一体で学ぶ「デザインビルド教育」を実践しています。学生が空き家を解体し、アップサイクルして新しいものを生み出すプロジェクトを経験し、将来職人を志す若者も生まれました。

「デザインをつくって、それを形にして、使う人に喜んでもらう。ワークショップを含め、このような学びの場をたくさんの人たちと一緒につくりたいです」（桃子さん）。

社会課題を制約としてではなく「需要」と捉え、事業として成立させるという、つみき設計施工社の歩みは、規模の大小に関わらず、経営者に多くの示唆を与えてくれます。



大人数でリノベーションするためのノウハウをまとめた本『ともにつくるDIYワークショップ』



リノベーション・オブ・ザ・イヤー授賞式の様子



リノベーション・オブ・ザ・イヤーを取った作品

