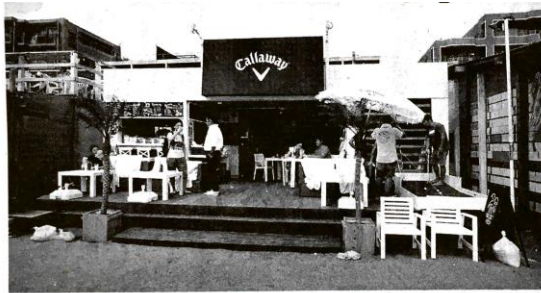


プールイベントが盛り上がる一方、ビーチでは大人のための落ち着いた雰囲気の家が増えていきます。目立つのはスポーツやアウトドアブランドが手がけるもの。今年新しくオープンした二つのビーチハウスを紹介します。



白を基調にした「キャロウェイビーチハウス」

## キャロウェイ

### ゴルフをもっと身近に感じて

社内の士気向上も狙う

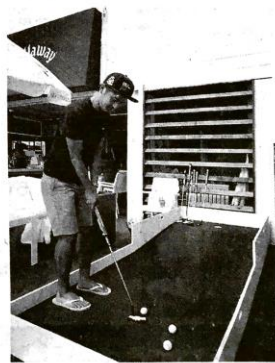
ゴルフブランド「キャロウェイ」を手掛けるキャロウェイ・アイパレルは、7月21日から9月3日まで、神奈川県・逗子海岸で海の家「キャロウェイビーチハウス」を営業している。店舗のデザイン監修と飲食運営は、ゴルフ会社のブランドが手掛ける。

ブランドの背景にサーフなど海の要素が無いのになぜビーチハウスか。この問いに、小野田副社長は「ゴルフのあるライフスタイルを打ち出したかった」と答える。例えば、ゴルフ帰宅時に車内で練り広げられる反省会を、逗子海岸の海風や波音、夕日、食事、お酒を楽しみながらビーチハウスでもらうことで、「ゴルフをもっと身近なものに、生活の一部と捉えてもらえれば」という。

店内は実際に反省会に活用できるように、1組ごとカーテンで仕切られる作りにした。店内奥にはプロジェクトを

設置し、ゴルフ場で撮影した動画の観賞も可能だ。入り口脇と屋上にはバターコーナーを設け、客がストロークの練習に励めるようにした。また近くの「鎌倉パブリックゴルフ場」とも連携し、ホームベジなどを通じビーチハウスの存在を知らせ、ゴルフファンの利用も促している。

海の家の開業は、社内の士気向上を図る狙いもある。そもそも同社は昨年7月に、T S I クルーヴァンドスポーツと米キャロウェイゴルフカンパニーの日本法人、キャロウェイゴルフの共同出資会社として設立された。大企業同士の合併のため、設立前は膨大な業務に追われ、その結果「スタート時は社内にやりきった感が出てしまった」。そこで海の家を作り、本社勤務の全従業員が運営にかかわることで「社内に刺激を与え、モチベーションを高める」という。



出入り口の脇にはバターゴルフの練習コーナーがある