

「心に花を」

—独自の感性で紡ぐ、地域に根ざした
新たな花きビジネスの形—

岐阜市北部の閑静な住宅街、三田洞。この地に、ひととき温かな空気を纏った花き専門店「MIHANA-心花-」があります。代表の野村 孝明さんは、各務原市で両親が営んでいた葬祭装花事業に従事した後、「一般のお客様とも直接つながれる拠点を持たたい」という長年の夢を実現させ、この地で独立を果たしました。



花装飾 MIHANA -心花-
代表 野村 孝明さん

「心花」に込めた信念

店名の「心花^{みはな}」には、単に美しい花を売るのではなく、「心に花を届ける」という強い決意が込められています。野村さんは自らを「地道であつても、心のつながった商売をしたい」と語ります。世の中に数多ある花屋の中で、自分を選んでくれたお客様に対し、技量や発想力以上に「誠実な寄り添い」を提供することを経営の原点に据えています。この純粹な想いが、同店のビジネスモデルの核となっています。

変化するニーズを捉えた「葬祭プロデュース」の革新

かつての派手な一般葬から、身内のみで営む家族葬へと主流が移り変わる中、花き業界も大きな転

換期を迎えています。野村さんは、この市場変化をピンチではなく、より個々のお客様に寄り添える好機と捉えています。同店が特に注力しているのが「棺囲みタイプ」の装花提案です。これは、従来の祭壇という「壁」を作るのではなく、故人が横たわる棺の周りをお花で華やかに彩るスタイルです。

「家族葬が主流になり、お客様と故人様との距離が近くなりしました。最期の時間をゆつくり過ごしていただくために、その方らしさを表現できるお花を提案したい」と野村さんは語ります。大手には真似できない個人事業主ならではのフットワークの軽さを活かし、お客様一人ひとりへの丁寧なヒアリングを通じて、固定概念にとらわれない柔軟な商品提供を行っています。例えば、かつてはタブー視

されることもあったバラの使用なども、現代のニーズに合わせて柔軟に取り入れています。

また、同店は花屋でありながら「葬儀から法要までの事前相談窓口」としての役割も担っています。これは、葬儀社さんには直接聞きにくい費用や形式の悩みを、身近な花屋という立場で受け止める「ワンクッション」の存在を目指しているからです。お花だけでなく、葬儀全体の流れについても「業界に出入りしている者」としてアドバイスを行うことで、お客様の不安を和らげています。

さらに野村さんは、葬祭事業におけるさらなる「自由な演出」を模索しています。フラワーシャワーの導入や、形にとらわれず思い出に残る演出など、伝統的な礼節を重んじつつも、「最後は自分たち

の形で送ってあげたい」というご遺族の想いを形にするための挑戦を続けています。こうした寄り添いの姿勢が、単なる装飾を超えた価値を生み出し、他店との大きな差別化につながっています。

デジタル活用とプロの連携による「価値創造」の戦略

「MIHANA」の経営戦略において特筆すべきは、デジタルツールを駆使した顧客体験の最適化です。生花は形のない要望を具現化するため、注文時のイメージ共有が極めて難しいものです。そこで野村さんはInstagramや公式LINEをフル活用しています。お客様はSNS上の画像を見て「これがいい」と直感的に伝え、野村さんも制作後に「このような仕上がりになりました」と画像を送ることで、安心感と納得感を提供しています。この双方向のコミュニケーションは、対面だけでは実現しにくい「精度の高いパーソナライズ」を可能にし、お客様の理想に一步步近づけるための強力なツールとなっています。

仕入れ面においても、独自のこだわりがあります。在庫を過剰に抱えるのではなく、予約に合わせ野村さん自らが市場へ赴き、直接競り落とすことで、鮮度の高い花をリーズナブルに提供する体制を整えています。生花には「開花

調整」という繊細な技術も求められますが、野村さんはお届けするタイミングで最も美しく咲くよう、蕾の状態から計算して仕入れを行っています。この職人としてのこだわりが、リーズナブルな価格設定と品質の両立を支えています。

さらに、ビジネスの広がりを支えているのが「餅は餅屋」の精神に基づくオープンな外部連携です。葬儀の深い専門知識が必要な場面では、信頼できるプロの葬儀会社さんと手を取り合い、一丸となって「お客様にとっての最善」を模索します。自社ですべてを抱え込むのではなく、各分野の専門家とネットワークを組むことで、お客様に提供できるサービスの質を最大限に高めています。

こうしたネットワークは、これまでのビジネス上の縁や、青年会議所での活動を通じて培われたものです。野村さんは「お客様に寄り添う身近な花屋さん」という自身の立ち位置を明確にしつつ、周囲のプロフェッショナルたちと柔軟に協力し合うエコシステムを構築しています。最新のSNS活用と、昔ながらの誠実な人間関係。この両輪が「MIHANA」の独自の付加価値を創出しているのです。

三田洞から広がる、地域の未来と花の力

三田洞という土地に根を下ろし

て感じたのは、地域の人々の温かさ」と「新しい花屋さん」への純粹な期待でした。現在は母と二人三脚での運営であり、配送エリアの制約はありますが、野村さんの視線はさらに先を見据えています。将来的な人員確保やエリア拡大を視野に入れつつも、まずは一軒一軒の依頼に対し誠実に応え、口コミによる信頼の輪を広げていくことが、最善の広報戦略であると考えています。

「岐阜という街に育てられたからこそ、他業種の方々と手を取り合い、街が賑わうようなイベントやマルシェを仕掛けていきたい」と、野村さんは地域活性化への意欲を語ります。例えば、近隣の店舗と協力した家族向けイベントなど、花の力で人と人、企業と企業をつなぐ構想は尽きません。

最後に、読者へ向けたメッセージをいただきました。「花は贅沢品と言われますが、言葉にしにくい想いをまっすぐ伝えられる力を持っています。ビジネスシーンにおいても、お祝いや激励、時にはお悔やみなど、言葉以上に想いを託すことができる花の力を信じています」。

「心に花を」という志を抱き、地道に、されど華やかに挑戦を続ける野村さんの姿は、これからの地域ビジネスの在り方に一つの光を投げかけています。