

日常生活に 花のある風景を

h.u.g-flower & GREEN GREEN 店長 遠藤雄一さん



岐阜市早田栄町にあるカフェを併設した花屋「h.u.g-flower & GREEN GREEN」、この場所で開店して4年目になるが、その独自性のある取り組みから注目を集めている。そこで今回は、その取り組みを中心に店長の遠藤さんに話を伺った。

新しいスタイルの花屋

h.u.g-flower & GREEN GREENのドアを開けると、一般的にイメージする花屋とは少し異なった雰囲気が漂っている。

というのも、この店舗には花を保管する冷蔵ケースが無く、棚には多くの小物やアクセサリが配置されている。店舗の中央には生花がインテリアのように飾られており、さながら雑貨屋のようだからだ。

「花は生き物です。購入後、少しでも長い間きれいな状態を保つためには、常温で管理された新鮮な花の方がよいと思っています」。遠藤さんは、朝4時に起きて生花を厳選してこまめに仕入れている。

そして、ひと際目を引くのは、奥のカフェスペース。花屋を通じてカフェに行くつくりになっており、カフェ側からは、ガラスを通して色とりどりの花を楽しむことができる。

「花を買わない人は花屋には来ないでしょう。間口を広げるには、待っているだけでなく店側から興味を持っていただくための仕掛けが必要だと考えています」。遠藤さんがこの考えにたどり着いたのは、修業時代の2店舗の勤務と、独立後に移転を繰り返して現在3店舗目となる生花店の経験があったからだ。

花に興味を持ってもらう取り組み

生花店を取り巻く環境は、年々厳しくなっている。その理由としてライフスタイルの変化により、仏花をはじめとした日本の古くからの風習によって培われた花とのかかわりが薄れたことに加え、マンシヨンの普及により土に触れる機会が少なくなったことが大きい。

遠藤さんは、花を身近に楽しんでもらうために独自の取り組みを行っている。

店舗では、カフェでランチを食べたお客さんに対して、花を一輪プレゼントしており、自宅に花を飾ってもらうことで、「暮らしの中に花がある」きっかけ作りになるよう提案している。

次に、フラワーアレンジメント教室。カフェ利用者の中には、カフェから見えるフラワーアレンジメント教室に興

味をもって実際に生徒になった人が多数いる。また最近では、企業や病院で出張教室を行うなど、今まであまり花に縁がなかった人達にも花の魅力を伝えるよう積極的に取り組んでいる。

そして、チーズテリーヌの販売。

ある日、遠藤さんがお客さんの声に耳を傾けていると、花と合わせてケーキをプレゼントする人が多いことに気がついた。すでに、ホールケーキの上にフラワーアレンジメントを装飾した「フラワーケーキ」を提供していたが、手土産として手軽に持って行けるものではなかったため、新たに持ち帰り用ケーキの開発にとりかかろうとした。従業員とともに何度も試作を重ねてチーズケーキよりも濃厚な味わいの「チーズテリーヌ」ができあがった。実際に販売を始めると、チーズテリーヌを買いにきたお客さんが、花を買っていくという相乗効果につながった。



そして生花店舗以外の活動として、遠藤さんは、ソムリエの奥さまの協力のもと、岐阜市の中心エリアにワインバーをオープンした。落ち着いた雰囲気店内の中央には、自身が手掛けるフラワーアレンジメントが飾られており、ひと際目を引いている。この花を見てプレゼント用に注文するお客さんがいるなど、新規顧客の獲得にもつながっている。

生花小売店は、ロス率の平均が30%と高い水準で、経営課題のひとつになっている。

遠藤さんは、花一輪のプレゼント、フラワーアレンジメント教室の実施、ワインバーに飾るといった花に興味を持つってもらう取り組みを通じて、自然とロスが少なくなる仕組みを構築した。

花の癒し効果

数年前、遠藤さんはバりに生花の勉強に行ったとき、日本との文化の違いを痛感した。

「パリの人々は、プレゼントする目的によって花を購入するお店を変えており、男性でも普段から気軽に花を購入しています。日本でも、花がもっと生活に根付いたら、うれしいですね」。

ある研究によると、花にはリラックス時に高まる副交感神経活動を29%高進させ、ストレス時に高まる交感神経活動を25%抑制させる効果があるという。

花が今よりもっと日常に溢れたならば、私たちはもっと快適に過ごせるようになる。

遠藤さんの取り組みによって、ストレスが多い現代社会においてホッと一息つけるオアシスが広がっている。



経営支援員による伴走型支援

遠藤さんが相談に来られたのは、現在のカフェ併設型花屋をオープンするときのことです。このような店は首都圏にはありましたが、岐阜ではまだ聞いたことがないチャレンジでした。花屋の経験は豊富ですが、飲食店の経営は初めてですので、経営方針・財務面などを慎重に精査し、計画策定と資金繰りのお手伝いをしました。また、今回の「チーズテリーヌ」の開発には、パッケージ制作やブランディングにエキスパートバンク制度を活用しました。



福地経営支援員

生花の販売額はピーク時の半分以下という厳しい業界ですが、同店はカフェ、ケーキ、ワインバーと、花を軸にさまざまな展開を成功させており、新しいビジネスモデルを作っています。今後のチャレンジにも引き続き支援をしたいと思っています。