

FLORE21 ホットニュース

パリオリンピックまで2か月を切り、各種目の代表権争いがピークになってきました。個人競技での基準記録突破との闘いもあれば、各国代表との出場枠をかけての争いもあります。今回の大会でも新しいヒーロー、ヒロインが誕生することでしょう。楽しみです。そして、「花の都パリ」で行われる大会のヴィクトリーブーケも気になります。

今週のホットニュースは、

○大田店 お花屋さん訪問 ～青山へ～

○世田谷店 シンガポール出張報告 リモニウム 20,000本の装飾！？

○葛西店 シャクヤクの仕入れ担当になりました。

○会長小池のコラム(過去記事) 今回は過去記事ではなく 2024年度社長のご挨拶

以上の3レポート+1です。それでは、どうぞご覧ください

OFLOの部屋

今回のホットニュースは青山にあるお花屋さん（2店舗）にお邪魔してきたのでご紹介させていただきます。



1 店舗目は

「COUNTRY HARVEST」

店名である「カントリーハーベスト」＝**田舎**
で収穫した花たち

草花たちの繊細さ、可憐さ、凛とした表情を知ってもらいたいと思い、作られたお店です。

店内のお花は全体を満遍なく見渡せる視点で置かれていて数々のアンティーク雑貨と共に並ぶと都会の喧騒を忘れさせるようなとっても素敵な空間でした！

店主の深野さんとは今回が初対面でしたが、ユーモアとエネルギーに溢れた方で、初対面を感じさせないような雰囲気でもとても親切にお話しをお伺い出来ました。



スクールは初心者からフラワーデザイナーまでを受講することができ、西麻布の別店舗で開催されるそうで、素敵な花材とお声掛けしやすいスタッフの方々に想像しただけでワクワクするそんな気持ちになりました。

どの商品も目線の高さでとっても見やすく、普段市場で見ている光景からこうして並ぶのを見るときもお花の魅力を魅せていけるように試行錯誤していこうと思いました。





2店舗目は「PLAY MUNSELL」

東急プラザ表参道の5Fにあり、ビビットカラーのお花がメインで並んでいます。

元々は代官山にある「MUNSELL」から姉妹店として2023年8月1日からopenしたんです。

5Fのフロアはシェア型の商業施設

「LOCUL」となっておりPLAYさんの他に、洋服屋・雑貨屋・コーヒー屋などが仕切りのない空間で混ざり合っていて別店舗同士なのに一体感のある空間でした。

またパッキングが透け感のある素材で何のお花が入っているかを隠すようにデザインされています。

封をすることでお客様の気持ちを閉じ込め、開封することで「お花をプレゼントする」という行為でお互いの関係性をより特別なものにするショッパーになっているんです。

また右下には成分表示をモチーフに想いやメッセージを書き込んでオリジナルのメッセージシールを製作できるようになっていて個々の個性をのせられるアイテムが豊富に揃っています！



オーナーの梅澤さん、スタッフの方々も気さくな方達ばかりで気軽に相談できる人柄がMUNSELLで購入したくなるようなそんな魅力が溢れるお花屋さんでした。

今回、お客様(お花屋さん)にお邪魔して、今後もより一層丁寧な仕事を心がけて消費者の方達を笑顔にできるように努めていきたいと感じさせられる貴重な経験となりました。

世田谷店おすすめ

5月中旬にシンガポールに行ってきました。

今回【大地農園】と【エデンワークス】と【フローレ 21】の3社でチャンギー空港にある複合施設 JEWEL（ジュエル）での装飾をいたしました。



<ドーム型の建物が JEWEL>

JEWEL ジュエルとは？

空港に隣接されており、有料エリアのアスレチックや雄大な人工の滝を近くで眺められる橋などがあります。

280 のレストランやアパレルなどのショップがあります。

数日間 JEWEL にいて感じたとは、空港で乗り継ぎをする観光客に加え、地元の方も多く施設を訪れていました。乗り継ぎをする方はスーツケースや大きなリュックを背負っていました。ローカルの方は家族で楽しんでいました。

地下にあるドン・キホーテでは、日本の菓子、化粧品、文具などがそのまま売られており（値段は約3倍？）店舗脇に日本食フードコートがあります。

そのほかアジア各国で売上を伸ばしているユニクロ、星乃珈琲など日本の企業が進出しており日本人としては誇らしいです。



また JEWEL の目玉である **世界最大の人工滝 Rain Vortex** はシンガポールに行ったら是非見てほしいスポットです。



高さ 40 メートルあり、夜にはライトアップがあります。

地下のレストランエリアには水が落ちてくる様子を間近で見られます！

上からも下からも写真スポットで、みなさん写真を撮っていました。

この滝から 10 メートルほど行ったところで、今回装飾を行いました。

「ハイブリッドチースを使った装飾」

今回 JEWEL の 5 周年記念イベントでエデンワークスの篠崎さんの装飾が採用されました。

大地農園のプリザーブのアジサイ、またフローレ 21 からはハイブリッドチースを用意し JEWEL の最上階（5 階）のペタルガーデンという有料エリアに装飾しました。



今回篠崎さんは **super bloom** を題材に **花の山** を制作しました。

濃淡ピンク、黄色などの色を使いオアシスの山に花を挿していきます。

年間を通して気温 30 度あるシンガポールでは、日差しがさすと屋内でも熱中症になるぐらい蒸し暑くなりました。

<透明のフェンスを取り付けている様子>

私たちが初めての取り組みで、花(リモニューム)の数量を決めるのに苦労をしました。
(日本からシンガポールに空輸した本数は約 10,000 本！！)



Nyee Pho という今回の仕事をとってきた現地の会社と何度ものオンラインミーティングをし、実際制作する場所の設計図や動画、またオアシス、作品の下に敷く砂利の色などを話し合いました。

Nyee Pho の兄妹 アンディ、シャノンまた彼らの部下とも協力し、最初は彼らの会社で日本から到着したリモニュームの水あげ、花を挿すオアシスでの土台作り、また 17 日からは JEWEL での準備がはじまりました。

また当初の花材だけでは足りないということで、急遽、中国・昆明のドラゴンフラワーからの花材を手配しました。
(追加のリモニュームも約 10,000 本！)

商業施設での装飾ということで花材、オアシス等の搬入は施設が閉まる 22 時以降という制約がありましたが、現地スタッフが協力してくれました。

また JEWEL の他のフロアーでも 5 周年の装飾が施されていましたが、施設が閉まる 22 時以降から夜中の 2 時、3 時まで作業は続きました。





詳しくは
<https://www.instagram.com/p/C7Vc3A9vYyU/>
の動画をご覧ください。

このイベントは5月24日～8月11日まで開催されております。
最終日には篠崎さんご本人が装飾された花材を使ってギフトイングする予定です。

この場を借りて、ご尽力いただいた大地農園の皆様、制作をしたエデンワークスの篠崎様をはじめスタッフの皆様にお礼を申し上げます。

JEWELの方からは、『作品をみた方が綺麗な花にととても感動している』と連絡がはいっています！

世田谷店 小池真紀子

仕入れの素☆葛西店

こんにちは◎ 葛西店の川村です～～！

今シーズンからシャクヤク担当になりました。ドキドキ💧

今日は、フローレ21葛西店にどしどしやってきているシャクヤクを**どどーん**とご紹介します～！



↑ ◎エッジドサーモン

みんな大好きです。ここまで淡い色味になります！
日に日に色が変わっていく様子を見るのは楽しいです～！



◎キリンマル

こちら好きな人が多い印象です👉
赤と白の複色で目を惹きます！

かっこいいです👉

ここからどんな風に変化するのでしょうか～～

◎バードゼラ

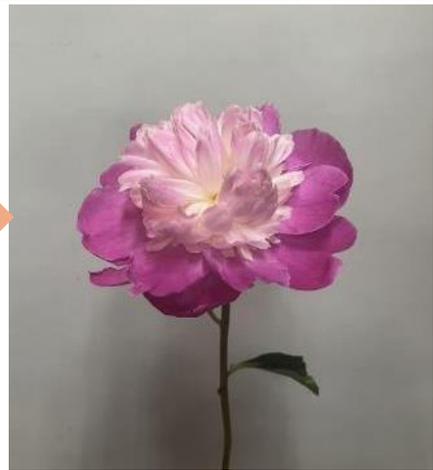
明るい黄色で見ていると元気になります！

咲いてきて、中が少しピンク色になっていることを知りました。可愛いです



◎ドンリチャードソン

深い赤色で不思議な魅力があります！！！！



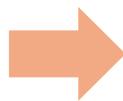
◎ゲイバリー ↑

濃いピンクと淡いピンクが可愛いです！！
個人的に、特に好きな品種です～～！



◎コーラルイス ↑

ディスプレイされているコーラルイスです！！
上の画像の方でも、咲いているなと思いましたが、ここまで咲くのかと驚きました
他にはない雰囲気、可愛らしく素敵です





◎オールドフェイスフル ↑

深い赤紫色がおしゃれです。

だんだんと緑の方が白っぽくなっていきました！

シャクヤクはもうシーズン終盤です。

最後まで、楽しんでいただけるように頑張ります～～！！

葛西店 川村

会長 小池潔のあれこれコラム (過去記事)

「2024年度 社長のご挨拶」(2024年05月31日)

前期の決算が無事に終わり、FLORE21 公式ホームページ「ご挨拶」が更新されます。今回は、過去記事ではなく、社長として6年目を迎えた小池雅也の「ご挨拶」全文を掲載します。

「花とデザイン」

昨年コロナ禍が明け、国内は東京を始めどの都市もインバウンド需要で盛り上がりました。欧米や東南アジアなど世界中から日本へと多くの方が訪れてきています。日本に対し良い印象を持って帰られる方々が多いようで、直接的に花の需要に繋がらなくとも、自分たちの国を誇らしく感じます。

お花は様々な形で消費されています。

近代社会となり花の消費を底支えてきた商品の一つが仏様の花です。

島国である日本は亡くなった先祖への供養を怠りません。

家には仏壇を置き、毎朝ロウソクを灯し線香を焚き、そして花を供えます。

年に2回のお彼岸、そして7、8月のお盆、また年末年始にはお墓参りへ行き、花を供え、手を合わせます。

こうして何十年もの間、花の消費を促してきた日本の仏花。

仏壇が家に有ることで自然と花を飾り、それが家に花を飾る習慣へとなっていました。

良い文化であり失われたくないものですが、近年の東京近郊、その他都市部での住環境の変化により仏壇を置ける家はどんどんと少なくなってきました。

もちろん新たな花需要は生まれています。キッチンやリビングといったもっと生活の身近な場所に花が飾られるようになってきています。

