



CLOSE UP VOICE

HANAイノベーション 株式会社
代表取締役社長 近藤 祐司 さん

地元の美しい花と演出で
心を揺さぶる「感動」をデザイン

愛知県は、花き産出額において60年間連続日本一を誇る花王国。その中で、花の産地プロモーションのパイオニアとして花産業の再興に向けて活躍するHANAイノベーション株式会社は、有志で始めた花男子プロジェクトをきっかけにベンチャー企業として創業し、今年で10周年を迎えた。これまでの成長の歩みを振り返りつつ、花産業への想いや新規ビジネスの取り組みについて伺った。

花による感動を通して、
人・社会・産業を救う企業

——貴社の事業内容を教えてください。

近藤 ▼ 私たちは、人と花をつなぎ「感動」をデザインする花に特化したプロデュース会社です。わかりやすく言い換えれば、花の広告代理店を目指しています。事業内容は、花を用いた各種イベントの企画立案・運営をはじめ、プロモーションや装飾

施工事業のほか、花の販売やフレグランスでの空間演出事業などを手がけています。クライアントは愛知県・豊橋市・豊川市などの行政が多く、昨年は初めて西尾市からも業務委託を受けました。

皆さんが普段目にしていない事例で事業を紹介すると、豊橋市は、「花のまち豊橋」としてプロモーション活動を行っており、弊社はその委託業者として、地元産の花を月替わりで豊橋駅のコンコースに展示し、

多くの方々に豊橋産花きの魅力をPRしています。

——創業に至った経緯を教えてください。

近藤 ▼ 花産業は、バブル景気やガーデンブームによって1990年代にピークを迎えましたが、双方の終焉により、生産と消費が大幅に落ち込みました。一時3万軒を数えた花屋は、現在2万軒にまで減り、将来的には1万5千軒まで減少すると予測されています。ある試算では花屋が1軒廃業すると、生産者が3軒廃業すると言われており、花産業の盛衰において生産者と小売店は直結した関係にあります。

約10年前、花の卸売業を営む「豊橋ボタニカルガーデン」の2代目だった私は、この状況を目の当たりにし、「10年後には花がいなくなる時代が訪れるのではないかと」と強い危機感を持っていました。そこで、花業界の活性化を目標に掲げて有志を募り、取り組んだプロジェクトが「2011年に誕生した『花男子プロジェクト』」です。当時、民間で花のパフォーマンスを行う団体がなかったこともあり、多くのメディアで取り上げられ、全国の人々に知られるところとなりました。翌年、偶然にも安倍内閣のもとで農業改革や花き振興法の施行が進められるなか、日本

の花産業を再興させようという動きが生まれ、その際に行政から注目されたのが我々の活動だったのです。多くの自治体から産地プロモーションの相談が寄せられたのをきっかけに「HANAイノベーション」を創業しました。

余談ですが、花を購入する際に産地で決めるお客様はいらっしゃいません。そのため、一般的な花屋での商品選びは産地ではなく、花の形状や品質によって決められます。つまり、花産業は長年産地プロモーションを行ってこなかった業界であり、特にエンターテインメントの分野はブルーオーシャンだったのです。

——創業後のあゆみを教えてください。

近藤 ▼ 以降、イベントやプロデュースの仕事が多くなり、色々な方々の協力とご賛同により、面白いアイデアを形にすることができ、実績を積み上げることができました。おかげさまで、その実績を買われ、徐々に県下の市町村からもご依頼を受けるようになっていきました。

そんな折に訪れた最大の転機が、2015年に開催された「第32回全国都市緑化あいちフェア」花と緑の夢あいち2015です。プロポザルによる審査で、大手の広告代理店や新聞社を退け、社員たっ

Yuki Naikawa

INTERVIEW



HANAイノベーション株式会社
 豊橋市神野新田町字ワノ割93-3
 0532-32-8787

至つては品種改良で除去されているのです。そこで、花展示の広い空間にあえて香りを拡散したところ、驚くほど人々が香りにつられて花に興味を示すことがわかり、香りの効果を実感しました。

これをきっかけに香りで空間を演出するフレグランス事業を立ち上げました。この装置は香りを拡散するだけでなく、消臭効果もあるため、商業施設やホテル、エステサロン、匂い問題に悩む工場などで採用されています。また、香りには人を癒すリラクゼーション効果があるので、働き方改革の一環として事務所での採用を勧めています。

現在では市内だけで100台を契約し、売上の半分を占める主力事業に成長しました。数年後には倍近くまで業績を伸ばし、東海地

花男子プロジェクトによる「花贈りパフォーマンス」です。これはイベント会場にいる「夫婦」や「カップル」、「子どもと母親」などに登場していただき、日頃の感謝の気持ちを添えて花束を贈るといって、感動を会場の人々と共有する「体感共有型のエンターテインメント」です。花贈りでは、1組1組に人間ドラマがあり、毎回感動を与えてくれます。

数年前に開催された名古屋ウィメンズマラソンの花贈りで、思い出深いエピソードがありました。会場で花を贈りたい子どもを募ると、小さなお子さんが手を挙げ、「お母さんに贈りたい」と希望されました。そして、花束を贈りながら「いつもお弁当を作ってくれて、ありがとう」と、感謝の言葉を添えたのです。その瞬間、母親が泣き崩れたので、詳しくお話を聞くと、お子さんは食物アレルギーを持ち、給食を食べられないため、母親が毎日朝早く起きてお弁当を作ってくれているとのことでした。お子さんは母親の頑張っている姿をいつも見ていましたが、感謝を伝える機会がなかったそうです。しかし、花贈りによって改めて想いを伝えられたのです。

このドラマは、会場の多くの人の感動と共感を呼びました。今後もこの様な感動を大切にしたい企画・演出を提供したいと考えています。

方々でトップシェアを獲得したいと考えています。

——貴社が描く将来のビジョンを教えてください。

近藤▼ベンチャー企業として設立し、花産業の再興を目標に今まで花産業を取り組んでいなかった分野を中心に邁進してまいりました。設立から色々な経験を重ねた結果、本当に困っているのは花屋や生産者ではなく、行政だったように感じます。これまで我々は行政と二人三脚で協力してきましたが、将来的には花産業と同様に衰退して困っている地域の民間企業をサポートしていきたいと考えています。

また、豊橋はベンチャー企業が決して多い地域ではありません。ベンチャーが誕生しなければ、新たなビジネスはもちろん地域に活力が生まれないと信じておりますので、ベンチャー企業設立のお手伝いを通じて地域を元気にしていきたいと考えています。

——経営理念を教えてください。

近藤▼経営理念は「感動創造!!」です。多くのイベントに携わり、感動が人の心を最も揺さぶることを実感してきました。そこで我々は花の持つ可能性や魅力を引き出し、価値を高めることを通じて、感動を提供する企業を目指そうと、このフェーズを掲げました。

この理念を最も体現しているのが

花男子プロジェクトによる「花贈りパフォーマンス」です。これはイベント会場にいる「夫婦」や「カップル」、「子どもと母親」などに登場していただき、日頃の感謝の気持ちを添えて花束を贈るといって、感動を会場の人々と共有する「体感共有型のエンターテインメント」です。花贈りでは、1組1組に人間ドラマがあり、毎回感動を与えてくれます。

数年前に開催された名古屋ウィメンズマラソンの花贈りで、思い出深いエピソードがありました。会場で花を贈りたい子どもを募ると、小さなお子さんが手を挙げ、「お母さんに贈りたい」と希望されました。そして、花束を贈りながら「いつもお弁当を作ってくれて、ありがとう」と、感謝の言葉を添えたのです。その瞬間、母親が泣き崩れたので、詳しくお話を聞くと、お子さんは食物アレルギーを持ち、給食を食べられないため、母親が毎日朝早く起きてお弁当を作ってくれているとのことでした。お子さんは母親の頑張っている姿をいつも見ていましたが、感謝を伝える機会がなかったそうです。しかし、花贈りによって改めて想いを伝えられたのです。

このドラマは、会場の多くの人の感動と共感を呼びました。今後もこの様な感動を大切にしたい企画・演出を提供したいと考えています。

将来的には花産業と同様に衰退で困っている地域の民間企業をサポートしていきたいと考えています。

NEW BUSSINESS



Micro Fragrance -マイクロフレグランス-

マーケティング先進国のアメリカでは、人の感情や記憶に直接触れることのできる「香り」の力を活かし、店舗のブランドや企業様の魅力をより積極的に伝える「香りによるブランド戦略」を導入している。数々のリーディングカンパニーのブランディング成功例を持つ、Prolitec社のシステムを、HANAイノベーション株式会社がプロデュース。また、オフィスや工場などで導入することで、におい問題やリラックス効果、環境の向上など、働き方改革の一助として活躍が期待できます。

——競合他社と比較した際の強みを教えてください。

近藤▼花に特化したプロデュース事業というニッチな分野であることから競合企業が少ないことに加え、我々は多岐にわたる経験とノウハウを持ち合わせていますので、県下でトップクラスの企業だと自負しています。

また、豊橋ポタニカルガーデン・花男子プロジェクト・HANAイノベーションの連携により、ワンストップでプロモーション事業が実施できることも訴求ポイントだと考えています。つまり、花男子プロジェクトのブランディングで花の魅力発信し、HANAイノベーションの企画や営業で仕事という形にし、それに関わる商品の調達を豊橋ポタニカルガーデンが担う仕組みです。イベントやプロジェクトによって使い分けることもできますので、多角的なアプローチでプロモーションを可能にしています。

——コロナ禍の影響と、その間の活動について教えてください。

近藤▼花業界は大打撃を受けました。結婚式や葬儀、新規出店など、花を必要とする機会が著しく減少・縮小したことによって、生産者が出荷しても値が付かず、逆に物流コストがかかり、赤字になるケースが

多く、生産者による花ぎの廃棄が社会問題になりました。

我々もイベント関連の仕事は1割にまで減りました。しかし、行政による花産業の支援措置として、公共施設へフラワーアレンジメントの設置やECサイトの制作、オンラインでのイベント開催など、異なる形でのプロモーション事業を委託されるようになり、怪我の功名で活躍の場が広がりました。この経験からリアルでのイベントだけではなく、オンラインイベントやECサイトの開設、SNSマーケティングによるユーザーの誘導など、インターネットビジネスのノウハウが培われましたので、これからの事業にも活かしていきたいと考えています。

——近年、新たに始めたビジネスがあれば、教えてください。

近藤▼アメリカのプロリテック社の「マイクロフレグランス」の香料とディフューザーをセットにしたサブスク型の香りの空間演出サービスを新たに展開しています。

この商品もともと屋内装飾で、効果的な演出を研究していた折に出会いました。花ならどれも良い香りを漂わせているかと思いがちですが、実は観賞用の花には香りを発しない品種が多く、匂いのある品種に

Air/Q270
 オフィスや小型店舗などで、香りの演出をしたい場合などにおすすめ。月額サービス料／11,500円～



Air/Q580
 美容院やフィットネスクラブ、アパレルショップなどの中型店舗のブランドイメージづくりに最適。月額サービス料／21,000円～



商品に関する詳しい情報や問合せは左記二次元コードからチェック。