



Lily's Market

競りはコミュニケーション 「ユリを手に取りれば作り手の顔が浮かぶ」

市場で競りをしている時だけが競り人ではありません。生産者とのコミュニケーションも重要な仕事です。私たちは産地を訪れ、花や農園の状況を把握しながら、出荷計画を聞いて会議をします。売れ行き報告も行い、いい情報はもちろん、売れなかったことも率直に伝えます。それが次の改善のヒントになるのです。

また、産地を育てることも大事です。産地の環境を知った上で、市場の視点から、収益が安定する品目を増やす、物日と重ならず手間のかからない品目を提案する、などアドバイスさせていただきます。これは、産地を知り、様々な品目を担当してきたからこそできる関わりです。

生産者一人ひとりの想いが込められたユリ。ユリを手にとると、育てた生産者の顔が思い浮かびます。ユリは作り手による違いが顕著です。なので、普通は作業時に軍手をしますが、私は素手で扱うようにしています。それぞれに違ったインスピレーションを与えてくれるので、それを自分の素直な言葉で表現し、買い手に伝わったら嬉しいです。

取材協力：福岡県花卉農業協同組合 鳴床 卓士さん



「人も花もポテンシャルを發揮することが大切」

“ストレス低減”ユリ



Lily's Seasons

仕事を始めた頃、私は生き急ぐように仕事をしていました。オランダでも、育種家のアーリー・ピーターズから「Take your time. (焦らないで)」とよく言われたものです。徐々に肩の力が抜けてきて、いい形で回るようになっていきました。人も花も、ポテンシャルを發揮することが大切だと感じます。

実は、日本はユリの流通ストレスが大きな国です。日本では水を切って箱に寝かせて運ぶ乾式輸送が主流ですが、オランダでは水を張ったバケツに入れて湿度を保つ湿式輸送がメイン。湿式輸送の方が水を切らないユリの発色の良さ、本来の花の開き方を見ていただけなので、私は湿式輸送を取り入れています。

湿式輸送は花にとってストレスが少なく、環境にも優しくエコ。そして、本来の魅力を發揮したユリは見る人のストレスも減らせる。まさに“ストレス低減”ユリです。ユリが持つ本来の力が發揮され、全ての蕾が最後まで咲くのを当たり前。ユリの本当の素晴らしさをもっと知られれば、業界の未来も明るいと思います！

取材協力：平松園芸 平松 諭さん

Lily's Life



日常の中の非日常 「実家のユリを売るフローリスト」

当店では父が作るユリも置いています。フローリストが「実家のユリです」と言って販売する花屋は少ないでしょうね。ユリは色・香り・産地・品種など、本当に多種多様。時期によって蕾の大きさも色の出方も違います。そんな奥深いユリの魅力を、もっともっと知ってほしい！

昨年、リリープロモーションのユリの球根プレゼント企画で球根を配ると、予想以上の反響があつて驚きました。お客様から「支柱はあった方がいい？」、「虫がつかました」などのメッセージや写真がたくさん送られてきたのです。今年も評判が良く、初めて来たお客様が興味を持ってリピーターになってくれるなど、ユリのPRに役立っています。

カフェでコーヒーを飲むことでゆっくりと贅沢な時間を過ごせるように、ユリは日常の中の非日常を作り出すアイテムだと思います。人それぞれのユリの価値が生まれ、その人の日常に無くてはならないもの、当たり前だけどありきたりじゃない特別なもの。ユリがそんな存在になってくれたら嬉しいです。

取材協力：リブロン 永友 えりかさん

