



Lily's Market

産地を知ることが肝心 「花を売るのではなく魂を売る」

私がいる大阪の泉州は「だんじり祭」で知られている地域です。とても人情味溢れるところが魅力ですが、祭の熱気を受けてか激しい気性も持ち合わせていて、私が初めて競りに立った時は「花の見せ方が悪い」と親方に缶コーヒーをぶつけられました。競りはいつも真剣勝負で、花を売っているのではなく自分の魂を売っているのだ、という感覚を教えられました。

競りに真剣に向き合えばこそ、私は日本全国の産地を実際に訪れます。農家さんとの関係性が価格に大きく関わってくるのです。ある時、出張のため別の者に競りを任せたところ、産地から「今日出張だった？」と電話がありました。どうして分かったのか尋ねると、「だって安いもん」と返ってきたのです。それほど如実に違いが表れるものなのです。

昔はユリも9割が競りで売られていましたが、今では8～9割が前売り。以前と比べると農家さんや買参人との関係性が全てではなくなってきていますが、これからも繋がりを大事にした競りを心がけていきます。

取材協力：西日本花き(株) 岸 宏行さん



「日本一のテッポウユリで勝負する」

組合長としての矜持



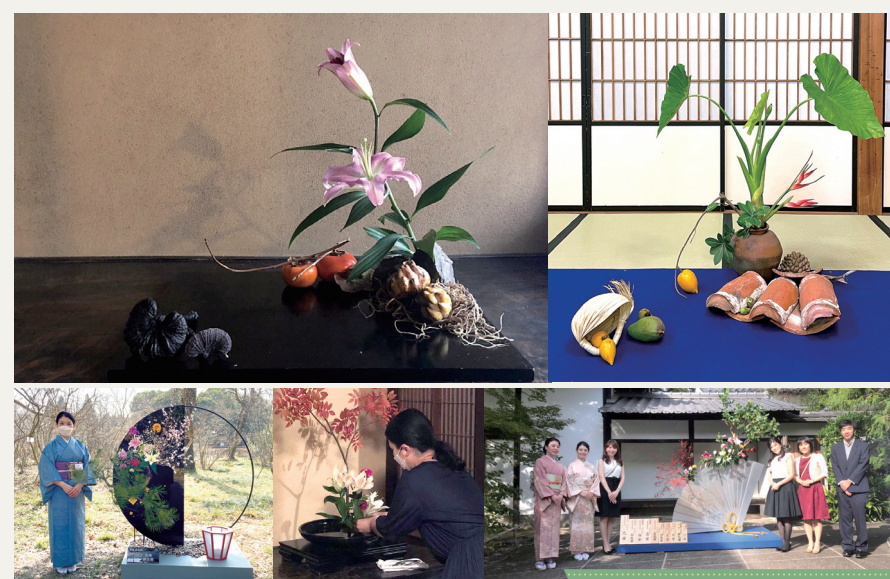
Lily's Seasons

テッポウユリ栽培の過程でユリを「煮る」のをご存知でしょうか？ 量1量分の鉄の釜で球根を煮て、そのあと冷蔵庫に入れることで、季節を勘違いさせて希望する時期に花が咲くよう調整するのです。鉄釜の作り方や火の加減など、先達から代々受け継がれてきたからこそ今の私たちがいます。

先輩に支えられ育てられた私も、今では土佐市花卉農業協同組合の組合長を務めています。技術があるからこそテッポウユリでは当時日本一と言われる組合で、簡単に入れる組合ではありませんでした。そんな中、当時の組合長に気にかけていただき、希望してもなかなか行けない沖縄永良部島への視察に推薦していただくなど、至る所で本当にお世話になりました。その後を継いで組合長になって、代々の先達の想いを裏切るわけにはいきません。

業界のトレンドとしてはテッポウユリからオリエンタルやLAに移っています。ですが私は多くの人が作るもので勝負するより、長く受け継いできたテッポウユリでこれからも日本一を目指そうと思います。

取材協力：土佐市花卉農業協同組合 岡崎 賢司さん



Lily's Life

ユリは想いの代弁者 「吉祥の祈りを託して」

いけばなによって背景にある文化を伝えていくことも、今後取り組んでいきたいテーマです。先だって京都いけばなプレゼンテーションに出瓶する機会をいただいた際には、母が八重山出身で伝統的古民家が衰退の危機であることを知り、その魅力を多くの人に親しんでもらえればと思い、沖縄の赤瓦を花器に見立てて花をいけました。

ユリは私の想いを代弁してくれる存在で、作品において多く用います。古来、ユリは和合に例えられ、吉祥の祈りを表現します。ユリの球根と柿、霊芝で構成した雅題がありますが、これは中国語にした時に「百・事・如意」を表し“百事の願いが叶いますように”という意味になるのです。

心を癒すだけではなく想いを繋いでくれるユリは、私の掛け替えのないパートナーです。球根と花を併せて飾ることで、「こんなに小さな球根から大きな花が咲くの？」と、生命の神秘と力強さを感じてもらうこともできます。華やかさだけでは説明できないユリの奥深さを、これからも表現していきたいですね。

取材協力：華道 末生流笹岡 川口 志秀さん

