



Lily's Market

ユリのソムリエ 「生産者と花屋をつなぐ架け橋」

私は市場に入って15年、ユリを担当して3年になります。他の市場のユリ担当はその道10～20年のベテランなので、ユリの担当としては若手です。ユリは専門性が高く、品種にもいろいろな種類や等級があり、お客さんの好みも千差万別。同じ品種であっても生産者によって特徴が違います。市場はそれらをマッチングする“ユリのソムリエ”なのです。

いいマッチングをするために情報収集は欠かせません。生の情報を得るために、私は産地にも積極的に赴きます。生産者の情熱やこだわりを聞くと、その想いを背負う責任感も芽生えます。しかし、その想いや手間と、価格の形成とは別の話で、相場とのバランスを取らないといけません。大半が希望の単価では売れず、うまくいかないやめてしまう方もいるのが現実です。

生産者が持っている強いこだわりや自負。その想いが大きければ大きいほど、それを花屋に伝えたいのです。それが、生産者と花屋をつなぐ架け橋であるユリのソムリエとしての使命だと思っています。

取材協力：京都生花(株) 石井 宙さん



「植物の形には意味がある」 ユリの戦略



私が大学院で学んだ植物構造学では「植物の形には全て意味がある」と教わります。例えば、ユリの花びらは6枚に見えますが、実は3枚は花と同じ色・形をしたガク。花を支えるためではなく、美しく見せるためにガクを特化させたのです。意思を持って戦略的に今の形になっているなんて尊敬します。

ユリの品種改良は交配がほとんどです。その中で八重のユリのようなとんでもない品種が生まれました。交配ということは、もともとユリの中にこうなる遺伝子、才能があったということです。しかも、ユリは世代を繋ぐため受粉で種を作ったり分球したりしますが、八重のユリは受粉を担う花粉や雄しべ・雌しべを持たないのです。これは、花卉を八重化することで人間を魅了し、栽培させることで世代を繋ぐユリの戦略かもしれません。

私は20年以上ユリを育ててきましたが、泥だらけの球根から美しい花となった姿を見ると、今でも「わ〜っ」と子供のように感動します。この感動を多くの人に届けたくてユリを作り続けるのです。

取材協力：(有)エフ・エフ・ヒライデ 平出 賢司さん



咲かせるのは心の花 「ユリが繋げた家族の絆」

昨年春、自粛の今こそ“通る人が楽しくなるくらい花を飾ろう”と、『花美春の苗祭り』を行いました。その際、元気な女の子が「花ください!」と笑顔で走ってきたのです。お母さんに聞くと、その子は自粛になってから散歩の度に雑草を摘んで、何も無い花壇に挿してはお水をあげていたそうです。そんな娘さんのために、ささやかながらリリープロモーション・ジャパンの「ユリで繋がろう」球根プレゼント企画でもらった球根をお贈りしました。

しばらくして、あの日のお母さんが再びお店にやってきました。娘さんは毎日ユリの世話をし、花が咲き始めた長雨の時期は「ユリさんがかわいそう」と言ってユリに傘をさしてあげていたそうです。お母さんは「仕事が忙しくて娘がこんなに花が好きだなんて、ユリに傘をさす優しい子だったなんて気付かなかった」と、何度もお礼を言われました。

贈ったユリが、親子の心に絆の花を咲かせたのです。私たち花屋にできるのは、お客様の心の花を咲かせることなのかもしれないですね。

取材協力：花美 斑目 茂美さん

