



## Lily's Market

### 新しい競りのあり方 「とびきりのユリを、とびきりの値段で」

京都の市場では生産者とお客さんを繋ぐ取り組みとして、3000点もの花を展示する『京の花絵巻』を開催します。京都のお客さんには、一点ものが欲しい、生け花で表現したいなど、こだわりを持つ方が少なくありません。単に大きければいい、長ければいい、ということではなく、蕾のもの、枯れたものなど、情緒ある姿を求める注文は多種多様です。

今、市場ではネットでの前売りシステムが普及し、競りでの取り扱い本数が少なくなってきました。ですが私は、こだわりの花がたくさん入って来る京都では競りを大事にしたのです。

京都生花に集まる特色ある花たちは、競りで実物を見てもらうことでその良さが伝わります。生産者が情熱を捧げて育てたとびきりのユリが、とびきりの値段で、喜んでお買い上げいただけたら何より嬉しいです。

今後バーチャル化が進めば進むほど、リアルの大切さも再確認されるでしょう。競りの本来の価値を守り、高めながら、新しい形で花業界を盛り上げていけるよう尽力したいと思います。

取材協力：京都生花(株) 石井 宙さん



Lily's Seasons

### 真紅のユリ 「感動こそ一番の販売戦略」

10年ほど前に、ユリ農家としてとても嬉しい出来事がありました。オランダから球根生産者が訪れた際、日本の生産者が「品種を選ぶ基準は何ですか？」と質問した時のことです。

世界を相手にビジネスをしているのですから、市場調査の結果やニーズの有無といった戦略的な回答があるかと思いきや、なんと「まずは花が綺麗かどうかで選ぶ」と答えたのです。まずは花ありきで、営利は後からついてくる、と。自分が感動できないものは扱わないのだと知り、同じ思いを持つ同志だと感じました。

うちではユリを年間50~60品種扱いますが、利便性だけで品種が限られてしまうのは勿体無いことです。例えば真紅のユリがあって、市場では値段がつきにくいですが私の店ではよく売れています。ユリは白いものという先入観があるかもしれませんが、この赤いユリ、ものすごく綺麗じゃないですか？

商売をするには戦略や効率も大事ですが、これからの時代に必要なのは売る側の「感動」なのかもしれませんね。

取材協力：(有)エフ・エフ・ヒライデ 平出 賢司さん

## Lily's Life



世界に一つだけの花屋  
「ユリは「格安のオートクチュール」！」

うちは地元の人たちがお土産を持って挨拶に来るほど地域密着型の花屋です。アレンジメントは置かず、全てお客様一人ひとりに合わせて「世界に一つだけの花」をお作りしています。

特にユリは用途によって使い分けができ、色と香りの両方を兼ね備えていて華やかなので一番簡単な贅沢です。まさにユリは格安のオートクチュール！特に八重のユリは欠かせないアイテムで、長持ちして花粉を取らなくていいこともあり、うちには八重のユリのファンがたくさんいます。

ある方の場合は、亡くなったワンちゃんのために毎週八重のユリを買いに来ていました。そして、心の傷が癒えた後、今ではご自身のためのユリを買いに通われています。

結婚、出産、葬儀…。花屋は全てのライフステージが切り替わるポイントに寄り添うことのできる職業です。私たち花屋は人の暮らしのどこを支えていたのでしょうか？今は大変な時代ではありますが、真に人の心に触れることができたなら、きっと世界に一つだけの花屋になれるのではないかと思います。

取材協力：花美 斑目 茂美さん

