

丸の内仲通りのハンギングバスケット装飾への道のり

— 7年間に経験した7つの提案 —

日本ハンギングバスケット協会常任理事 株式会社グリーン武内 代表取締役
武内 嘉一郎

日本の政治経済の中心地、首都東京の中でもさらに中心的な位置にある東京駅周辺は、最近、大きく変わろうとしています。駅の東側は、百貨店など大きく高級な売り場をもつ八重洲地域です。また、駅の西側は本店機能が多いオフィス街として、三菱グループが主導権を握って開発を進めてきた丸の内地域です。さらに丸の内地域の西側に皇居、南側にニューヨークのセントラルパークに匹敵する日比谷公園を隣接し、政治経済文化の3拍子揃った地域です。

その丸の内エリアを南北に走っている約1kmの「丸の内仲通り」で、重厚モダンなオフィス街から有名ブランドを有するショッピング街へと変身させた10年計画が昨年(2008年)ピリオドを打ち、次なる10年計画が進められています。

まさにその10年計画の前半(2004年)に、今回のハンギングバスケットを使った街路花装飾が可能となったのです。その道のりを説明し、その過程における2003年から2009年の7年間で経験した7つの思い(提案)を書きたいと思います。

第1の提案:ハンギングバスケットマスターへ

日比谷公園ガーデニングショウへの参加 イベントとイベント参加の意味するところ

平成15(2003)年の春、東京ビッグサイトで行われる日比谷公園ガーデニングショウ(以降日比谷公園GSと称します)の第1回実行委員会への参加要請がありました。平成8(1996)年に結成された日本ハンギングバスケット協会(以降JHBSと称します<http://www.jhbs.jp/>)の常任理事として、日比谷公園100周年記念イベントへ花を添えてほしいという依頼です。

JHBSが結成されて7年目にあたり、世の中に、少しずつハンギングバスケットが知れ渡り、花店店頭にはハンギングバ



丸の内仲通りガーデニングショウ施工オープンセレモニー(04年秋)

スケットが飾られるようになり、うれしく思っていました。

バブル崩壊の後、世の中は、花産業も一般企業も含めて、何かをしなければと思いつつも動きがとれなかったような気がします。皆の気持ちが何でもよいから何かをしなければと思っていたのかもしれませんが。翌年の浜名湖花博、翌々年の愛地球博等がきっかけで景気浮上の期待と一般企業が上向き始めたところで、JHBSという協会の看板を立ち上げたにもかかわらず、大きなイベントにはつなげていなかった折りでした。

このイベントに大きな期待をしながら、とにかく参加しようと、JHBSの協力メンバー集めを開始しました。もちろん協会にはイベントを動かすほどの資金はありません。人(JHBS認定のハンギングバスケットマスター)の力を借りるしかないと思い、イベントの持つ意味をしっかりと伝えられれば可能と判断しました。

(思いと結果):自らイベントに参加して、その際の問題解決などにおいて、いろいろ違った角度から自らを観ることが可能になりました。また結果として、街作りという観点からも信頼を勝ち取ることができました。それらを作り上げた時の結束力は、JHBSにとって将来大きな力となるだろうと感じました。個人、協会、企業などの思いを、イベントを通じて外部に伝えることは重要なことと考えます。



石原都知事に日比谷公園ハンギングバスケットショーを案内(04年秋)

第2の提案：ハンギングバスケットマスターへ

コンテスト出品依頼とボランティア

コンテストとコンテスト参加の意味するところ

JHBSとしての参加内容は、公園の一部の装飾とハンギングバスケットコンテストを行うことと決めました。出品者とボランティアを募るために、全国のハンギングバスケットマスターに対し、会報誌(年4回発行)に掲載して出品依頼をしました。想像以上に早く、多くの応募者を集めることができ、皆がこのようなコンテストを待っていたのが解りました。また、日比谷公園という響きも重要なことであったことは、後に知りました。このような応募方法は、その後のJHBSの運営において重要なこととなっていきます。また、ハンギングバスケットマスターの活動についてもその方向性の一つとして何かが開けた感がありました。

(思いと結果):コンテストは、個人の作品の腕比べに終わらず、その団体、関連協会なども評価を受けます。そして、産業としての提案を具体的に魅せられるチャンスと捉えられました。今後のコンテストは、趣旨とテーマ性を正確に伝えて行く必要があると考えています。

第3の提案：花と緑の関連業界へ

花業界と関連業界の連携を

比較的近い他業界との連携が意味するところ

2003年秋、お陰さまで、あの広い日比谷公園に100点以上の作品が並び、芝生の上を彩りました。

JHBSとしてのイベント参加は、造園界の皆様へのお披

露目の役目もしました。私的な思いとして、他の業界にJHBSの存在を伝えることは重要な意味があると判断していました。その後、実行委員会での席上、常に造園界と仲良くしたいということを発言してきました。もちろん、協会内部に向けてもその意味を発信してきました。そして、造園界からの拍手をいただいた次第です。

(思いと結果):業界同士の集まり(花業界)に終わらず、近いところの他業界(花と緑の関連業界)と連携することにより、お互いの情報交換ができ、その相乗効果は大きいと考えられます。第三者(消費者)からは同業者と思われる事実を知ると、その連携がないことは、もったいないと考えます。

第4の提案：大手企業へ

丸の内仲通りガーデニングショウを開催

大手企業など他業界と連携するところの意味

本来、100周年記念イベントで終わるはずでしたが、ある程度成功に終わると、もう1回執り行いたくなるという人間の心理があります。各業界からの声で、第2回日比谷公園ガーデニングショウを行おうということになりました。フラワー&グリーン関係者の勢い、夢のもつ力はすごいものでありました。勢い、JHBSも参加を表明し、第2回ハンギングバスケットコンテストなどの企画を決定しました。

しかし、実行委員会には予算がないということに気がつき、各位がいろいろな方面から協力金、協賛金などを集めるようにということになり、私もその一翼を担わなければならなくなりました。

たまたま東京都のオブザーバーとして小口健蔵氏(千葉大学園芸学部造園学科48年卒)が、私に、三菱地所



丸の内仲通りガーデニングショウを飾るテーマガーデン(04年秋)



丸の内仲通りを飾る
ハンギングバスケット(06年秋)

(株)さんへの窓口を作るから、何か提案書を作るようにと言われ、考えたのが現在の「丸の内仲通りガーデニングショー」です。

丸の内仲通りでのイベントを創りあげ、その資金の一部を日比谷公園ガーデニングショーに援助を願うということです。当初、私の知り得る限りの花関係者に声をかけ、できうるものを羅列整理してプレゼンし、そのうち500万円を日比谷へという構図を描きました。

結果、1週間後には答えが返ってきました。たぶん、三菱地所さんは今回のようなイベントを待っていたのだと思います。提案書の規模に比べ、実際は小さくなりましたが、イベント開催が決まり、そのうち100万円を日比谷へ援助するということになったのです。500万円が100万円になったとはいえ、その金額は大変ありがたいものでした。

しかし、私には、日比谷でのイベントと同時に、丸の内仲通りでイベントをするという課題が増えました。

(思いと結果):花緑業界ではない他業界への提案には、大変な努力とチャンスが必要と考えられます。そのためには、少しでもアンテナを伸ばし、そのチャンスを逃さず、そして、そのチャンスがきたときに、必ずお互いの利益が出るように、よいところを見せられるように、常に準備が必要であると思います。



丸の内仲通りガーデニングショーのテーマガーデン(06年秋)

第5の提案：自分自身へ

150基以上のバスケットを展示

開花調節、量と質のバランス、メンテナンスなどへの新しいチャレンジが意味するところ

2004年秋、第1回丸の内仲通りガーデニングショーと第2回日比谷公園ガーデニングショーの同時開催ということになりました。とくに丸の内仲通りにおける展示内容は、1kmに及ぶ仲通りの街灯をハンギングバスケットでいっぱいにする事と、仲通りの歩道を使ってメインガーデンとガーデンコンテストを行うこととしました。

西武ドームで行われている「国際バラとガーデニングショー」(私も初めからハンギングバスケットコンテスト審査員、企画者として参加し、今年で12回目になります)のガーデンコンテストが屋根つきドームの中でのガーデンということで気になっていました。

街の通りを利用してのガーデンコンテストは初めての試みであることと、全国でも1~2位の地価(ちなみに仲通りは坪単価2億円位です)という場所でガーデンを作るという夢のような話が実現することで、心躍るイベントとなりました。

メインガーデンの作者は、浜名湖博で審査委員長であったジュリアン・ドール氏にお願いし、丸ビル脇に製作していただきました。さらにガーデンコンテスト作品を一般から募集し、1次の図面審査を通過した中から15名の作者に実際にガーデンを造っていただき、2次審査をします。

一方、仲通りにハンギングバスケットをつけることについては、コンテスト形式がよいかプロにお願いするのがよいかということで、悩みました。コンテスト形式にして、150基以上のいろいろな作品が仲通りに並ぶということが、洗練された仲通りのイメージに合うかどうか? 結果、私が責任上、製作、取り付け、メンテナンスを引き受けました。もちろん、私にとっても初めての大量の大型作品を一晩で飾るのですから、その覚悟と緊張は大変なものでした。以下にその時の主なハードルを整理してみます。

①ハンギングバスケットの植栽内容を図面で起こす

→ 仲通りにある重厚モダンな建築物との調和を図る。

→ 何度も歩いて考える。

②植物の選択基準と植え込み

→ スタートから最終日までのイベント期日に合わせた開花調節とその製作技術の確立。

→ 多めの作品作りと多彩な組み合わせ。

③搬入前管理

→ 長く垂れ下がる作品の管理(ハンギングバスケットの宿命である)。

→ 農場の一部にハンギングバスケット専用の棚を作り、自動灌水設備を取り付けるなど、弊社の仕組みをかなり変えました。

④搬入方法

→ 作業時間はPM9時～AM6時という制約とイベント準備期間2日間。

→ 事前フォーメーションを作り綿密な計画を立てる。

今思えば、初めてのことばかりでした(これらのことをコンテスト形式で行えるかどうかで悩みましたが、結果としては、正解であったと信じています)。おかげ様で、三菱地所の役員の皆様からの拍手を受け、イベントは成功に終わりました。もちろん、日比谷公園に対しての100万円はありがたかったことです。

(思いと結果): 論より証拠、まず、始めることが肝要と考えます。そして、完成図をイメージして、何度も足を運ぶことと思いました。営業から始めて、生産者の技術・経験、関係者との連絡、製作施設の準備、段取りなどを駆使して、仕事を完成する満足感はひとしおです。企画会社などでは経験がないことを生産者が行うことで、クライアントへの直接セールスができました。

第6の提案：大手企業へ

ハンギングバスケットによる花の街作り

花力の凄さを認めてほしい

日比谷公園ガーデニングショウと、丸の内仲通りガーデニングショウ、2つの関係を明確にするために、全体を「東京ガーデンジュエリー」と銘打って、同時開催イベントとすることとしました。

2004年、第1回東京ガーデンジュエリーの実行委員には、両ガーデニングショウの委員長と副委員長の4名と関係機関4名、熊谷教授(当時東京大学教授)に実行委員長になっていただき、晴れてスタートしました(私は、丸の内仲通りガーデニングショウの副実行委員長として参加させていただいています)。

この東京ガーデンジュエリーも今年で6年目を迎えており



春のイベント丸の内
フラワーギャラリーにて(07年春)

ます(09年10月23日(金)～11月1日(日))。また日比谷公園ガーデニングショウ(09年10月24日(土)～11月1日(日))は、今年で7年目です。「丸の内仲通りとその周辺のURBANエリアと、日比谷公園のPARKエリアという2つの会場の空間特性を活かし、まさに宝石のように緑や花で街を彩る

イベント」というのは今年のパンフレットから引用したものです。それぞれ特徴のあるガーデニングショウとなっています。

丸の内仲通りガーデニングショウについて、以下のホームページをのぞいてください。日比谷公園ガーデニングショウにもリンクできます。

(<http://www.mn-garden.com/>)

丸の内仲通りのハンギングバスケット装飾への思い

2つのガーデニングショウの経緯は前記した通りですが、弊社(株)グリーン武内は、三菱地所(株)から仲通りイベント以外に、年4回の装飾依頼を受けるようになりました(これまで合計6回、1回に2～4週間飾ります)。追加の発注が来たということは、三菱地所(株)の皆様が、ハンギングバスケット装飾が街作りに必要だと思っていただけたことだと思います。



日比谷公園ガーデニングショウの
ハンギングバスケットとコンテナガーデンのコンテスト会場(09年秋)



街路樹の間のハンギングバスケット (09年秋)

などに変わろうとしている三菱地所(株)長期計画に対して、花の効果(花力)を認めていただいたと思っています。

具体的には、1kmという長い街並みにある街路樹とハンギングバスケットとの共生、色のある風景、変化のある花、立体感のあるハンギングバスケットは、三菱地所役員をはじめ、オフィス街で働く人たち、そこを通る人たちに安らぎを与えていると企業は判断したのだと思います。

(思いと結果):これまでの10年間、ハンギングバスケットや花そのものにこだわってきたこと(壁面装飾でも花にこだわっています)が報われたことは、うれしいものです。儲からない花産業、ゼネコンにおいしいところを横どりされてしまう産業、などといわれ、残念に思っていました。私たちが思っている以上に世の中に花の力を感じてきている人たちがいると信じ、さらなる街の花装飾を実践していきたいと思っています。

第7の提案；未来へ

6次産業から10次産業へ

次なる仕掛けとして花産業は何をなすべきか？

私にしてみれば、「東京で一旗あげたい、東京に花を飾りたい」という夢が実現するとともに、その効果が思った以上に大きいという自信になりました。コンテナガーデン(寄せ植え)の一つであるハンギングバスケットで、花の力が発揮できたのであれば、大変幸せに思います。

今年もまた、仲通りに大きなビル(三菱パークビル、平成21年9月2日)が完成しました。そのお祝いにハンギングバスケットも参加しました。花業界の発展のためにも、消費拡大のためにも、そして何より、人々の心が花によって癒

されることを望みながら、次なる仕掛けは一体何なのか？ あまり、気負いをせずに、花力を信じて、生産者としての心構えを強く持って行動したいと思います。

(思いと結果):花は、単体の美しさ、集合体の美しさ(コンテナなど)、背景による美しさ(街の中の花)の違いを明確にして生産し、それらの使い方を知ることが重要と考えられます。

また、時間軸による差、資金軸による差、効果軸による差など、花産業が必要とされる場面は多方面にあり得ることを確認し、使い分ける必要があると思っています。今、生産者としての企画力が問われていると思っています。私は、それらを10次産業と呼びたいと思います。1次の生産、2次の加工、3次の販売、4次の企画を足し算すると10次産業、すべてを兼ね備えた産業を目指します。



ハンギングバスケット展示を支える(株)グリーン武内農場 (09年)



出番を待つハンギングバスケット (自社農場にて)