

SPECIALIST Interview



8年前、秋田市に生花店としてオープンした「greenpiece」では、数年前よりドライフラワーの販売に注力してきたが、現在は、ドライフラワーのオンラインスクールを実施し人気を博している。形を変えながらも花の魅力を伝え続ける、その取り組みについて、代表の金森弘至氏に伺う。



(写真上)greenpieceの特徴でもある、色鮮やかなドライフラワー。

(写真下)スクールでは秋田での合宿も実施。リアルなやりとりで花を通して精神も育んでいる。



株式会社 greenpiece

代表取締役
金森 弘至 Kanamori Koji

〒010-0802
秋田市外旭川八幡田151-1
TEL.018-838-1118
<https://greenpiece.co.jp/>

「花を売る」を越えた可能性 生花からドライフラワーへの転換

時間軸を変えるために

ブライダルや花を贈るシーズンに一時的に多忙になってしまう生花業界。金森氏自身やスタッフが、子育てとのバランスを取ることが難しくなったことから、予てより注目していたドライフラワーの販売を始めた。

greenpieceのドライフラワーは、乾燥させた花に染色を施したものをスワッグ(壁飾り)にしており、その色鮮やかさが特徴。販売を始めると想像以上の反響があった。そこで、今年に入ってから生花の扱いを止め、ドライフラワーのみに完全移行。この変化により、時間をコントロールしやすい環境が得られたが、現在はドライフラワーの販売をも休止し、オンラインスクール「grooms」の運営を事業の柱としている。

ドライフラワーのオンラインスクール

「自分たちの本来の役割は、花を提供できる人を増やし、花を通して美しいと思える心を育むことではないか?」と思うようになったんです」と金森氏。

スクールは、作家コース(3ヶ月間)、クリエイターコース(1年間)、ビジネスコースの3つに分かれており、現在、受講生は150名。動画や音声コンテンツに基づく受講のため、全国どこからでも好きな時間に学ぶことができるのが魅力だ。クリエイターコースでは、オンライン配信や秋田での合宿なども行い、技能だけでなく花を扱う上での精神も学ぶ。「受講して心が救われたという方もいたり、変化が見えることが嬉しいです」と金森氏。

このスクールを軸に、作家としてディスプレイデザインなども手掛ける金森氏。時代の変化を読みながら「花を売る」以上の広がりを作り続ける姿に、今後も期待が寄せられる。