



株式会社花弘

代表取締役社長 細沼光則氏

取材・構成 ● 西原勝洋

経済評論家

旧来の殻を破って精華を目指す高級生花店



代表取締役社長 細沼 光則 氏

「ウエディング部門の売上高が7割」——東京・下北沢に本店がある花弘（Hanahiro）は、法人への供給を主とする大手生花販売会社とも、小売り専門の生花店とも違う。花弘の3割は小売りだが、伝統的な小売店が「床の間の生け花」を想定しているとしたら、花弘は「食卓に置く花籠」を意識している。海外進出にも意欲的で、「日本の生花販売業」という旧来の殻を打ち破る存在だ。





HANAHIRO CQ丸の内店

三菱村で高級フレンチと のコラボ

東京・丸の内の俗称、三菱村。三菱地所が先頭に立ち、三菱グループが再開発した地域だ。明治の面影そのものの三菱一号館と同じ敷地内にある丸の

内ブリックスクエア。その1階に、花弘の丸の内店がある。

花弘の上の階は「ミクニマルノウチ」。フランス料理の「カリスマ・シェフ」と言われる三國清三氏が営むフレンチ・レストランだが、実はその経営主体であるM&H株式会社は三國氏と花弘の共同出資による。

ミクニマルノウチの売り物は、江戸東京野菜など「東京の『地産地消』」にこだわった料理と、もう1つある。

「フラワーアーティストが毎日メンテナンズする、花と緑で彩られたみずみずしい空間」だ。メンテナンズをするフラワーアーティストとは細沼光則氏。花弘の3代目の社長だ。

ミクニのブランドが提供するフランス料理と、高級生花を手掛ける花弘との結合……ふと、私の父が「花のない飲み屋に行つてはいけない」と言っていたことを思い出した。不思議なことに、安い居酒屋でも「この店はいいな。また来

よう」と思う店には必ず花がある。狭くて花瓶を置くスペースがないような店でも、入り口の横に小さな植木鉢が並んでいる。

値の張る小料理屋でも、いま一つ気に入らない店は、造花であったり、飲食店向け専門の植木配給会社の観葉植物で、店の人間は手入れどころか触ってもいなかったりする。

おそらく、花を愛でる心は、その店の料理にも、客への対応にも繋がっているのだろう。

料理ではないが、千足屋総本店の日本橋本店の中にも花弘の出店がある。「顧客が超高価な千足屋の果物を求めるのはなぜか、それを花弘の社員が学ぶだけでも価値がある」と細沼社長は言う。

創業23年目に大飛躍

細沼社長は学生の時から、家業である生花店を継ぐつもりでいた。花いじりが好きで、大学生になると、テレビ局のスタジオに花を飾り付けるアルバ

イトをした。たちまち腕を上げ、ついには番組の終わりに、出演者の名前とともに「花飾り細沼光則」と出るほどの存在になった。

大学を卒業すると、パリに武者修行に出た。就労ビザが取れないためアルバイトだったが、超一流のホテルにある生花店で学んだ。天皇陛下がフランスを訪れた際に泊まれたホテルだ。

1年後はロンドンに移り、やはり天皇陛下が泊まれた超一流ホテルの中にある生花店で修行した。

そもそも花弘は、下北沢にある小さな生花店だった。創業者は細沼社長の祖父に当たる細沼留五郎氏。

「留」五郎の名前からも分かるが、埼玉県の子たくさん農家に生まれた。五男坊に相続できる田畑はない。留五郎氏は東京に出て生花店に勤務し、1941年（昭和16年）に独立し、下北沢に小さな店を構えた。それが創業80年を迎えようとする、老舗の原点だった。

大きな転機が訪れたのは開業から23年を経た1964年のことだった。東京・目白の椿山荘の室内花卉装飾を任





下北沢本店

されたことだ。

2代目は留五郎氏の長男、忠良氏。

細沼社長が振り返って語るには「父が花をいじっている姿を見たことがない」。

それでも忠良氏には独特の交渉力、政治力、そして先を見る目があった。海外志向も強かった。

参議院の議員会館の地下に出店できたのは、まさに政治力だろう。

椿山荘での実績がモノを言っていて、上野にあった宝ホテルのウエディング部門も引き受けた。

北関東や東北の出身者、あるいはその子息の結婚式は、親戚が出席するのに都合が良い宝ホテルが好まれた。1

日に51件もの結婚式があったこともある。

ホテルでの結婚式は何カ月も前から予定が決まっているから、仕入れの計画を立てやすい。

「しかし……」と、細沼社長が言う。

「式の前後も含めて3時間に最高の咲き誇りの状態の花を届けなくてはなりません。極端に言えば、

10本仕入れて、会場に運べるのは1本ということもあります。それまで、冷蔵庫に入れたり、あるいは高温の部屋

に置いたり、調整するのですが、なかなか上手くいくものではありません」

ネットを見ると、生花店は素人が開業しやすい小売店の代表業種のような

ことが書いてある。が、まともな店にするには、温度調整できる広いバックヤードが必要なのだ。

「国民所得（GNI）が伸びるほど、生花の販売額が増える」と、その昔、大学で習った。ある時期までは、そうだったようだが、生花に代わる装飾品・贈答品が次から次へと出てきている。楽な商売ではない。

1970年には、下北沢の店で生け花教室を始めた。いまは丸の内店でも行っている。損得よりも、花の愛好者を増やしたいとの思いからだ。



細沼光則氏

実績が拡大につながる

バブルの絶頂期、世界的な高級ホテルであるフォーシーズンズが日本で初めてのホテルを椿山荘の中に開いた。椿山荘の室内花卉装飾を引き受けていた実績が買われ、フォーシーズンズの館内生花装飾も担当した。フォーシーズンズホテル椿山荘は、女性が結婚式をあげたい式場として、常に上位にあるホテルだ。

実績は次につながっていく。花弘が業容を拡大してきた最大のファクターだ。

2001年3月には横浜市港北区の「アニヴェルセルヴィラヨコハマ」の開業とともに全館の生花装飾を担当した。同9月には、さいたまの「パルティール大宮ウエディングビレッジ」開業に伴い、全館の生花装飾を担当。

2002年4月には東京・有明の「パルティール東京ベイウエディングビレッジ&スクエア」開業に伴い、全館生花装飾を引き受ける……などなど。これらの立ち上げを一手に任ざられてきたのが細沼社長だった。

全館生花装飾担当は、「東京プリンスホテル・パークタワー」（現ザ・プリンスパークタワー東京）、「ザ・リッツ・カールトン東京」、「軽井沢ホテルプレストンコート」、「アニヴェルセルみなとみらい横浜」と広がっている。

ウエディング限定の担当は、ワタベウエディング「PLATINUM BIRTHDAY」、「ホテル雅叙園東京」、「گرانプリエ東京」、梅田「XEXWEST」、鎌倉「萬屋本店」など一流どころが揃っている。

この一方で、パリのフラワーブティックと業務提携して、プリザーブドフラワーの販売にも力を入れている。この



プリザーブドフラワー



ウエディングのゲストテーブル



ハワイウエディング

ハワイの次はグアムに

部門では、百貨店への出店に積極的だ。生花の個別店舗も少しずつ増えている。個別の店舗は、統一価格。「花弘」ブランドを守るためだ。

どこの店も、ホテル内の拠点も、大人数がいるわけではないが、拡大に次ぐ拡大で、花弘の従業員数は海外まで

含めると200人近い。大部分がフラワービジネス専門学校卒業者だが、学校で習ったことと店やホテルでの実務とは全く違う。先輩社員から習う部分が多くなるが、あえて一般職と専門職を分けていない。「なんでもこなせて、顧客のリクエストに応えられる社員になってほしい」というのが細沼社長の期待だ。「若者が働きやすい職場づくり」は日常的な課題にしている。

「社長が不在でも円滑に回っていく企業」づくりが当面の目標であり「できるだけ社員に任ず」という姿勢だ。とはいえ、細沼社長が乗り出さなくてはならない課題はある。1つは、下北沢の本店建て替えだ。「花のプロがつくる花の専門店とは、こういうものだ」という姿を示したいという。店頭だけでなく、スタッフが存分に腕をふるえるスペース・環境も備えなければならぬ。

もう1つの課題は現在、ハワイでウエディング業務を行っているが、来年はグアムへの進出計画があがっている。語学力があり、新規立ち上げに腕をふるってきたとはいえ、海外でのフラワー業務は「花の検疫」など細かい交渉事がたくさんある。しかし、海外にも拠点を持つ花弘の顧客は少なくない。「声が掛ければ考えます」と細沼社長は言いつつ「先々はヨーロッパやアメリカ本土に出てみたいという気持ちはある」と声は一段と弾



社内研修の様子。定期的の実務研修、座学研修を行っている。

む。かつて「武者修行」を行ったパリ、ロンドンに加え米本土でのフラワーショップ展開、そして日本の香りがするアレンジメントなど、新たな日本文化の発信基地となることを期待したい。(にしはら かつひろ)

株式会社花弘

- 代表取締役社長 細沼 光則
- 設立 昭和16年2月
- 資本金 6000万円
- 社員数 約1800名
- 売上高 22億5000万円
- 事業内容 生花・園芸用品・卸売・小売
- 本社 東京都世田谷区北沢2-25-20
- 電話 03-3466-8181(代)
- <https://www.hanahiro.co.jp>

さくらばし銀行 笹塚支店会員