

お客様のためには。

流通から装飾まで、一気通貫で 最高のお花を届けます。

多くの花屋が「小売り」や「葬儀」と特定の分野に特化するなか、流通から装飾まで全方位を手がける
「花の総合会社」**ユーカン**。なぜ、効率的な分業ではなく、コストのかかる「一気通貫」にこだわるのか？
山田大平社長が明かす、63年続く成長の舞台裏に迫る。

株式会社
ユーカン

代表取締役社長CEO

山田大平氏

1962年に先代の山田祐也が下北沢で開いた、わずか5坪の「町のお花屋さん」でした。

しかし、創業以来「自社が手をつけていない領域」に踏み出す「先駆的・挑戦的な姿勢」を貫いてきた結果、ホテルさまや式場さまが扱う結婚式の花、葬儀社さまが扱う葬儀の花、法人さまの慶弔関係の花と、事業をBtoBに拡大して、いまに至ります。

多角化できたことで、例えば、法人イベントで得た演出や気づきを、

山田社長 ユーカンもスタート時は、

成長の源泉は、お客様本位

葬儀や結婚式の現場に落とし込む。このように異なる分野のエッセンスを掛け合わせて、新しい商品をつくり出せる好循環も生まれました。

—事業間のシナジーという強みができたのですね。売上構成はどのようになっていますか？

山田社長 7割が葬儀関係、2割が結婚式です。そして1割が、法人さま向けの慶弔事業やイベントの装花事業、小売店、ECサイトとなっています。

そして、その感謝を最高の形で届

—63年にわたり、持続的に成長していますが、その成長を支える源泉は、どこにあるのでしょうか？

山田社長 第一に、「お客様本位の感謝の姿勢」を社員全員がもち続けている点です。

ただ、社員も人間ですから、日々の忙しさのなかで感情が揺れ、基本を忘れてしまうこともあります。ですから、感謝の気持ちを全員に浸透させるために、泥臭い活動を継続していました。



けるため、「流通・販売・デザイン・装飾」まで、一気通貫で行う体制を整えています。仕入れから装飾まですべての工程を自分たちの手で責任をもって行うからこそ、専門性や品質の高いサービスが提供できていると自負しています。

特に自信があるのは、品質の要である花の仕入れと、デザインや装飾の専門性です。

——その「自信」の根拠となる、具体的な内容をお聞かせください。

山田社長 まず仕入れに関しては、

世田谷と大田という二大市場に、自社の関連会社が仲卸として参入することで、豊富な種類や量の買い付けを実現しています。

さらに、仕入れ全体の約半分は、生産者さまとの直接契約です。これにより、例えば、猛暑で市場全体の出荷量が激減したときでも、「よそにないお花も、ユーハイ園にはある」という体制をつくることができています。

また、デザイン・装飾の専門性に



「コロナ禍で赤字続き。
ピンチだからこそ、
あえて改革に踏み切りました」

い、といった意味です。この言葉に出会い、「コロナも、受け取りかた次第で良い方向に変えられるはずだ」

たコストカットと営業の改革に踏み切れました。

特にコストカットが大きな成果をもたらし、赤字となつたのは結果的に1期だけで、翌期以降は黒字に回復することができます。

具体的には、二人体制で回してきた現場を一人でも対応できるようオペレーションを改善したり、荷物の形状を改良して配送料を抑えるといたた、かなり細かい部分までテコ入れを行いました。

さらに大きかったのが、取引先である葬儀社さまへの、商慣習の見直しの打診です。

長年、祭壇の設営後に2時間ほどスタッフが待機する慣習がありましたが、これは当社にとっては大きなリスクです。そこでコロナ禍での感染リスク対策や葬儀の短縮化を理由に、「設営後はすぐに撤収する」とフローを変えていただいたのです。当社の稼働時間を減らす提案ですから、コロナという緊急事態でなければ、受け入れられなかつたかもしれません。

——多くの人が一堂に会するウエディングや葬儀は、コロナ禍の影響が大きかったのでは?

山田社長 その通りです。2020年初頭から、結婚式は9割、葬儀は3割減少という状態が半年ほど続きました。毎月大きな赤字が続き、経営者になつてから、一番苦しい時期だったかもしれません。

——どのようにして、そのピンチを乗り越えたのでしょうか?

山田社長 「人間万事塞翁が馬」と、「疾風に勁草を知る」。この二つの言葉に出て、具体的な行動に踏み

——まさに、ピンチをチャンスに変えたのです。もう一つ、「疾風に勁草を知る」とは?

山田社長 強い風が吹いて初めて、倒れない丈夫な草が見極められる。転じて、「困難な状況になつて初めて、人の本質や、本当に信頼できる人がわかる」という中国の故事に由来する言葉です。

実は2020年4月、例年の倍近い数の社員を採用する勝負に出ていました。それまで派遣社員の雇用にかかっていたコストを削減し、自社雇用に切り替えることで収益性を高める狙いからです。

そんなときタイミング悪くコロナ禍に突入し、新入社員は6月まで自宅待機。7月以降も、結婚式や葬儀が減つたために現場の仕事を任せることができず、待遇面も一時的に下げざるを得ませんでした。希望に燃えて入社した彼らにとつて、これほど辛いことはなかつたはずです。当然、会社を見限つて去る人間がいても仕方がないと考えていました。

地域密着で認知度アップ

——専門性と高品質を強みに、着実に事業を伸ばしていらっしゃいます。今後、どのようなビジョンを描いていますか?

山田社長 ホテルさまや葬儀社さまといった企業さまだけでなく、実際に結婚式や葬儀を執り行う一般のお

については、独自の検定や研修制度を導入し、葬儀とウエディング、それに特化したデザイナーや技術者を育成しています。

私たちが扱う葬儀や結婚式の花は、人生の節目を彩るものであり、決してやり直しがきません。

ですから、「絶対に失敗しない」ために、品質を追求する専門的な知識や技術はもちろん、現場で必要な「節度あるマナー」を身につける研修まで徹底して教育しているのです。

ピンチを支えた二つの言葉



創業当時の下北沢本店。旧店舗の窓は、アート作品としていまも残る。



美しい花で故人を送り出す、生花祭壇。



ネットやSNSよりも、ご近所の方たちに認知され、信頼される方が効果的だと考えています。

例えば、2020年から、花の縁日「HANASONIC」と

題して、地域の皆さんを招いた夏祭りを開催し、いまでは子どもから大人まで1000人以上が参加する規模に発展しています。

また、2025年からは会社見学ツアーを開催していますが、これも非常に好評で、店舗で募集をするとすぐに予約が埋まってしまうほどです。

——実店舗でのイベント開催はまさに地域密着で、幅広い年齢層にもアピールができるんですね。

山田社長

「感謝」の一言に尽きます。

お客様、きらぼし銀行さま、当社の協力会社の皆さん、従業員、そして

——数々のピンチを乗り越え、会社を成長させてこられました。その原動力は、一体どこから湧いてくるのでしょうか？

は誕生日や記念日といった日常のお祝いに加えて、結婚式でユーハイの花を使ってくださったご夫婦が、何十年後かに「おじいちゃんのお葬式も、ユーハイで」と指名してくださる。そんな人生の節目節目に寄り添う花屋でいられれば、これほど嬉しいことはありません。

ときにはお客様から厳しいご指導をいただくこともあります。これは当社のことを本気で思ってくださっている証拠です。どうでもいい相手に、人は労力を使いませんから。そのご恩や期待に、仕事を通じて精一杯報いていきたい。その一心で日々経営に向き合っています。

記念日、結婚式、葬儀。 お客様の人生に、 お花で寄り添いたい

客さまから、「お花はユーハイに依頼したい」と、ご指名をいただける会社を目指しています。

そのため、まずはユーハイに依頼したい」と、ご指名をいただける会社を目指しています。

会社の存在を知つてもらうべく、地域に根ざした活動をしています。

山田社長 よく「ゆりかごから墓場まで」といいますが、理想



豊富な経験と技術をもった100名以上のフラワーディレクターが在籍。

株式会社ユーハイ

【本社】東京都世田谷区桜新町2-12-22

【創業】1962年

【資本金】3,100万円

【従業員数】438名(正社員265名 非正規社員173名)

【事業内容】葬儀や結婚式など各種セレモニーの生花装飾事業、フラワーショップ(小売店舗)事業、一般法人向けフラワー事業など

【関連会社】有限会社ユーハイ企画、有限会社大田ユーハイ企画、株式会社Massa&Artists

きらぼし銀行 世田谷支店会員