

2002年 後半戦のビジネスチャンス

# グリーンが勝因！

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

「グリーンビジネス」

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える

環境とビジネスの両立を目指す企業が増える



都市緑化ビジネスは今までゼネコンや造園業者の独壇場だった。そこへ異業種がそれぞれの要素技術を背景に進出してきた。都市緑化ビジネスにニューウェーブが湧き起こりつつある。

# 異業種からの挑戦

## 都市緑化はFCの風に乗って 花卉農業の産業化をめざす

フランチャイズ  
プラネット

都市緑化ビジネスのFC（フランチャイズチェーン）展開により、一気に都市緑化ニーズを掘り起こそうと目論んでいるのがプラネット（東京都渋谷区、大林修一社長）だ。

同社の前身は大十園という愛知県豊橋市の農家。1928年（昭和3年）に日本で初めて温室メロンの生産を開始した農家として農業関係者の間では知られている。その後、電照菊の栽培に転換、さらに戦後復興期の52年に全国で初めて観葉植物の営利生産に乗り出し、農業関係者の注目を浴びた。

その後も80年には組織培養植物の種苗生産を開始するなど、農業ベンチャーとして常に時代の最先端で農業の新市場を切り開いてきた。

プラネットはベンチャー精神に富む大十園から生まれた会社。まず、

大十園の販売部門を分離独立する形で88年に大林社長が沖縄大十園を設立、関東を中心に観葉植物のレンタル事業を開始した。その中でドイツの「ハイドロカルチャー」（多孔質セラミックスの人工軽量土壌）に出会った。

北欧の草屋根を想わせる屋根の緑化



昨年夏に催された「うつくしま未来博」会場のプラネット屋上緑化システム。3種類のセダムと2種類6色の草花が植栽されている。来場者の好評を博し、同博覧会賞を受賞した。



その優れた性能に目撃した大林社長は、園芸資材としてドイツから輸入販売するとともに、それを植栽基盤にした室内緑化ビジネスへの進出を決意、90年秋にプラネットを設立する。

### 都市緑化ビジネスの意外な落とし穴とは……

ハイドロカルチャーを植栽基盤に、オーナーの要求や緑化空間の特性に合わせた植生を選んで施工から維持管理までを総合的に行う同社の室内緑化ビジネスはユーザーの評価も高く、これまで手がけた案件は50件をはるかに越える。そのうち、神戸オーガスタプラザ7・9階の空中庭園設計・施工・管理、大阪・梅田地下街「ディアモール」の総合植栽設計・施工・管理、大阪・西梅田地下街「ガーデンシティ」の集合植栽（120㎡）設計・施工・管理、イオン鋼路昭和ショッピングセンターの総合植栽設計・施工・管理、栄ブックセラーズ6・7階の空中庭園設計・施工・管理などは代表的な案件といえる。

この「室内緑化ビジネス」の先にある事業領域として大林社長が計画したのが、冒頭に述べたFC方式による「都市緑化ビジネス」である。

その動機は花卉農家の生産不安定性にあった。室内緑化ビジネスは緑化現場に適した植生を花卉農家から調達してくる。ところが地下街やショッピングセンターなど大規模な緑化工事では植生の調達に苦勞することが実によく発生するのだ。その原因は植生を供給する農家が、メーカーとしての機能を果たしていないためなのである。

市場の需給動向をつかめない花卉農家は、豊作のときは花市場で買い叩かれ、不作のときは出荷量しかさばけない。豊作・不作がダイレクトに農家の経営を左右してしまうのだ。

要するに適正生産による安定収入確保が難しい事業構造になっているのである。

これは都市緑化ビジネスについてもいえる。ユーザーから発注があっても、「すみません、今年是不作で植生の調達ができません」ではユーザーは逃げてしまう。せっかくニーズが顕在化しても、こんな事態が各地で起これば市場は冷え切ってしまうだろう。

室内緑化ビジネスを通じて大林社長はそんな都市緑化ビジネスの隠れ

た障害を感じ取った。この障害の排除策が都市緑化ビジネスFCといえる。

つまり、同社がFC本部として農家に代わって需給動向の把握や販路開拓を行うメーカー機能を代行、その機能により農家に適正生産をしてもらうのである。また、ユーザー側にとっては、同社が物流基地で植生や関連資材の保管と配送体制を整備しているの、前述の「すみません」という言葉を聞かされて緑化を諦めたり時期を延ばしたりすることはない。

どこまでも自分の都合で好きに自分の建物の緑化や植生替えができる。いわゆるモノを販売するのと同じように扱うことができるようになったのだ。

同社はそんなビジネスプランを懐に昨年、「プラネット屋上緑化システム」を開発。同年7月に福島県で開催された「うつくしま未来博」の「21世紀未来館」屋上約700㎡の緑化を担当した。

これを成果に、この夏から全国で同システム施工のフランチャイジー募集に乗り出す。当面、都道府県ごとに2社、合計100社の加盟を目標にしている。