

# ひとの心に植物を植える

Meet Up タイアップ特集 第二弾 [1/2]

10月に開催させていただいた Meet Up 4th のゲストはプラントハンター、西島 清順氏。メディアでも多く取り上げられ、さまざまなプロジェクトに今注目が集まっている。Meet Up もおかげさまで告知早々に満席となった。今回はトークイベント内で伺ったお話の中から植物のコンサルティングブランドの立ち上げの経緯から、プロジェクト推進の中での想いに至るまでをダイジェストでお伝えする。(収録：2015年10月21日)

**加藤** Meet Up では商環境に限らず、領域を超えて新しい活動をされている方にお話を聞こうということで、今回は「ひとの心に植物を植える」活動をされている、プラントハンターの西島清順さんをお呼びしております。私自身は『代々木 VILLAGE』で初めて彼の植物を拝見させていただいたのが非常に印象に残っており、その後のさまざまな活動にも注目しております。

「どんな形で商環境の仕事に協力していただけるだろう？」と謎な部分も多いので、今日はそのあたりを紐解くことができればと思います。よろしくお祈りします。

**西島氏** (以下敬称略) お願いします。

**加藤** まずはじめに西島さんのバックグラウンドについて。基本は兵庫県川西市にいらっしゃるんですか？

**西島** そうですね。今日も実は夕方まで兵庫の農場で仕事していたんです。僕の仕事は平たくいうと植物の生産・卸業で、明治元年創業、150年近く同じ屋号でやってきました。植物業界の中で卸業、問屋って言われる業種は5万とあるわけですが、うちはちょっと特色がありますね。流通に乗ってない植物を届けるのが得意な問屋としてやらせていただきました。

どのようなところが流通に乗っていない植物を求めてくるかと言ったら、古くからやっているいけばなの流派、その時々勢いのあるフラワーデザイナーや

造園デザイナー。それから舞台のような特殊なシチュエーションに合わせて植物をコーディネートする業者さんだったり。だから扱う植物は季節外れのものもあれば、規格外のものや珍しいものもあつたり様々です。

僕はあまり日本の植物とか温帯の植物、砂漠の植物、熱帯の植物、どれが好きということがあまりなくて全部好きなんです。なので、実際扱うのは日本の植物が圧倒的に多いですが、世界各国の植物がちゃんと管理できる環境を日本各地おおよそ10カ所持っています。こういうことを前提にお話が出来たらいいかなと思っています。

## そら植物園設立の経緯

**西島** 家業を継いで14年間この仕事をやっていて、3年半くらい前に『そら植物園』というブランドを立ち上げたんです。広く植物の魅力を世間に伝えるために、リアリティある活動として「人の心に植物を植える」というロマンチックなモットーのもと、皆さんのような植物業界以外の方々のプロジェクト単位の相談も受けましていうコンサル業をやり始めました。もともと僕ら卸業は何か施設を作るとなったとき、デベロッパーやゼネコン、造園屋などさまざまな業種にとって1番下の仕入れ先なんです。

だから立場的には低いというか、表には絶対出てこない会社です。ただ、10年以上植物の仕事をしてきて1つだ

けわかったのは、植物を飾ったりデザインする人っていうのは魅せることの専門家であつて、その植物の出生がどこだとか、どんな性質を持ってるんだとか、どういう過程を経てそこに来たかというのは分からないということなんです。

そこで生意気なんですけど、僕が表に出た方がもっと根っこ部分を伝えられるって思った。これが表向きの理由です。で、裏向きの理由はですね、問屋だけをやっているだけでも経営が厳しかった。だから「よし、やるしかない！」ということでブランドを立ち上げました。

**加藤** 東京の事務所もある『代々木 VILLAGE』が、その1つ目のプロジェクトですか？

**西島** そうですね。コンサルをやるなら兵庫じゃなくて東京に事務所があつたら便利だろうと思っていた矢先に、音楽プロデューサーの小林武史さんと、インテリアデザイナーの片山正道さんが組んで施設を作るから、そこの緑化をやってくれないかって相談を受けて。

**加藤** そんな思ってもいないお話が、突然……

**西島** 実はですね、片山さんも小林さんも僕が出たドキュメンタリー番組を観て、迎え入れてくれたんです。

もともと問屋のときはメディアにも一切出ちゃ駄目だったんです。だからどんな取材が来ても断ってきたのですが、1回だけ友達からの依頼でネットのインタビュー取材を受けたんですよ。仕事を始

めておおよそ10年、そろそろ表に出て「植物ってすごいですよ」、「僕と組んだら面白いことができますよ」ってことを謳ってやろうって決めて。その後いろいろな雑誌社やTV局からオファーをいただいて、結果これに繋がったんですね。

**加藤** ずっと我慢した10年があつたからこそ、もうここからは先は出ていってやるという覚悟を決めた瞬間があつたんですね。

## 皆が心配するような庭にしよう

**加藤** その『代々木 VILLAGE』ですが、オープン時に邪魔したときと、現在の印象が全然変わっていて。最初は間隔を空けて変わった植物が配置されていたので、わざと1個ずつが際立つように間があるのかなと思っていたんですが、今行くと植物が生い茂っていて、もうジャングルですよ。

**西島** 「共存」というテーマでやったんですよ。都会で、ただ緑が沢山ある緑化なんていくらでもあるわけです。だから僕は小林さんに言ったんですよ。「僕がここをやるなら、今の設計より緑量を減らします」と。「でも緑量は減らすけど、評判は10倍にできる方法でやりますから見て下さい」と言ったんです。それはどういうことかという単純にね、200坪の緑地なんです。大きいといえば大きいけど、小さいといえば小さいわけです。どうしたかという、より一層緑への意識を高めるために、まず「皆が心配するような庭にしよう」というのが1つのコンセプトで、さまざまな国の植物を東京の外の気温の庭で育てたんです。



マルノウチリーディングスタイル (KITTE) で開催された Meets Up 4th トークイベントの様子。(右)『そら植物園』代表 西島 清純氏 (左) レゾナンス・ラボ 所長 加藤 麻希

「このオーストラリアの木とアフリカの木が横にあるけど、大丈夫？ 枯れない？」って心配することすら、僕の術中にはまってるという。そういう不思議な庭を、そら植物園の第1弾として作らせていただきました。そしてちょっと間借りして事務所を構えて、コンサルティング事業をやり始めた。これが3年半前の話です。

面白いのは、植物の仕事は育つことを前提に計算して設計していくわけですけども、日常的に都会に住んでいる人にはそういうことがわからないわけですよ。例えば街路樹や自分の家の前の公園の木が大きくなってることとか、日常的には意識できないことも、ここの庭に来たら逆に意識することができるんです。**加藤** じゃあ私もまさに術中にはまったわけですね。施設では夜に幻想的なイベントもされたりとか。

**西島** そうですね。僕はね、植物って

うのは色々なジャンルと今の時代にコラボレーションできると思って。だからこんな都会のジャングル空間にミラーボールを吊ったんです。そうすると人が葉っぱの葉陰とか余計気にしたり、暗くすることによって人間の心理的に植物の気配を余計感じるようになったりする。

他にもファッシュンショーやお花見のイベントをやってもらったり、日常的に幼稚園や保育所の子が遊びに来たり、そういう場所になっていますね。

## 植物に求められている役割

**加藤** 加賀屋のプロジェクトを例にすると、こういう夕焼けのシーン (次ページ参照) も想定して、シルエットや樹形を選定されているということですか？

**西島** そうです。人の視線を意識して植物を配していく。そこには必ず裏付けというコンセプトがある。結局庭作るのもね、脚本書くのと同じなんですよ。

# ひとの心に植物を植える

Meet Up タイアップ特集 第二弾 [2/2]



加賀屋別邸「松乃碧」  
長谷川等伯の松林図屏風をイメージした「遠景の松」などストーリーのある木で庭園を演出。

僕の親父の時代はバブルの頃で、「パーティーだ、とりあえず花飾れ！」という時代だったんです。「首相が来るぞ、花飾れ!」、「胡蝶蘭何鉢持って来い!」といったように派手で大きければそれで良かった。植木屋も花屋もとにかくモノがあったら売れた時代だったらしいです。

でも今はそういう時代じゃない。なぜその木がそこにあるのかとか、どういう過程を経てその木がこのイベントに必要なのかとか。そういうのがすごく必要とされる時代になってきていると思うんです。だから都内で、多店舗展開されているグリーン屋さん、植物のコンサルタントの会社の方たちが僕のところに来て、「3年くらい前まではエコや環境って言葉を引き合いに出してグリーンが売れたけれど、これからはどういう風に植木を売っていったらいいですかね?」って聞いてくるわけです。それはやっぱりストーリーでしょう。「なぜその木がそこにあるべきか」がより一層問われる時代になってくるでしょうと先日も答えました。そう思いませんか? ただ飾ればいい

ってことじゃなくて、例えばクリスマスツリーなんかで、「この後この木どうするの?」って。昔だったらとにかくすごいやつを切って持ってきて、そして捨ててっていうのをどんどんやっていったけれども、今は、ね。やっぱり企業としての姿とか、どういう心意気でやっているのかということがすごく大事な時代なんじゃないかと思えます。

## 植物が生み出す商業への集客・売上効果

**加藤** 植物の迷路を作られたのは、ホームセンター『グッディ』さんですよね。  
**西島** 真面目な話はおいという、こういうやんちゃなプロジェクトも結構やっていて、「植物を使ってやんちゃできるんだぞ」っていうのをいろいろな人に伝えたくて。グッディさんは九州で店舗展開されている会社で、代理店さんと一緒にうちに来て、ニュースパブリシティを一発打てるようなイベントを考えてくれと。福岡市役所前の広場に期間限定の展示ブースを作って、そこで販売会をするんですけど、その横に子ども達が遊びに

来てくれるように植物で迷路を作ったんです。「博多新駅前に植物の迷路が!?’みたいな感じでパブリシティ打ったらどうかになってやったら、ご覧のとおり屋外なのに雨っていう。僕ちょっと雨男でね、でも3,500人来てくれたんです。

このときから1か月間プロモーションをしてCMと一緒に作ったんですけど、グッディさん全体の来店率が前年に比べて14%アップして、売上も6%アップして。売上6%アップっていうと10億円くらいになるんですよ。爆発的に上手くいった。このような実績は増えてきていて、今年の3月の高島屋全店の企画もそうです。一緒にやりたいってことでご指名をいただいて、「植物がはみ出したような感じで、植物園にしちゃいましょう」というプロジェクトと一緒にやったんです。これも大成功で、期間中爆発的に売上が上がったと聞いています。

気づいたのは「今度のプロジェクトに植物あったらいいよね」と情緒的に言うことは誰でもできるんです。で、言う人間だから快感というか正義感みたいなものを感じるんです。でもね、「実際にそれを入れてどうなるの?」という話になると結局実を結ばないわけです。でも僕は植物好きですし、絶対取り入れた方がいいと思う。これはとても情緒的な部分なんです。

なので今、「植物のおかげでこれだけ人が来たんですよ」「こんなに売上が上がったんですよ」「こんな事例ができたんですよ」というのを、まず早く作らなきゃと思っています。今まで3年間、多くのプロジェクトやらせてもらったんですけど、今は意識的に数字を追ってこうとしています。

## 商業施設からの引き合い案件、正直楽しいですか?

**加藤** 我々が一番携わる商業施設は、どうしてもお店屋さんがあるハコの中で、お客様が心地良かったり、楽しい思いになってもらうために植物を使って一緒にやれないかっていうご相談が今後も増えると予測されます。そんな時に、どうやったら西島さんと一緒に実現に持って行けるでしょうか。

**西島** そうですね。植物って年々育っていくのを見るプロジェクトが理想と思われがちですが、一瞬で多くの人の心に植物を植えるような、一晩限りのことも全く同じ気持ちでやっています。

そういう意味では毎回同じパターンの仕事はないんです。毎回シチュエーションも変わるし、条件も変わる。だから不謹慎な言い方すると、毎回スリルを楽しみながら文化祭の用意をするみたいな気持ちもやっぱりあって。死んでもそれまでに間に合わせないといけないっていうのは、「正直楽しいですか?」なんて言われたら、「正直クソ楽しいです!」って答えになるんです。

その理由はね、1つだけ自慢できるとしたら、僕と仕事したら楽しいって言わ

れることにあるんです。「こんな楽しい気持ちになったのは久々だ」と担当の方に言われるんですけど、それはなぜかという、完全に理屈があって、僕が「この人とだったら楽しくなりそうだな」と思っ

て仕事をするからなんです。だから僕みたいに小っちゃい会社で、ありがたいことに会社の規模に見合わないぐらいたくさんのお話をいただいたら、必然的に選ぶ作業をするじゃないですか。で、選ぶ時に何を基準に選ぶかっていったら、そりゃ勿論タイミングとか条件もあるけれど、「担当の人が僕とやりたいかやりたくないか」というのが一番大きいと思っています。上の人から「あいつ面白いから落としてこい」と言われて担当が来る場合と、担当者自身が「この人とやりたいんです」と来てくれる場合じゃやっぱり受ける側としての気持ちは違うじゃないですか。それは番組の取材でも一緒なんです。TVでも何でもそうなんですけど、担当者が「この人おもしろいからやりたい」とか「この人とやってみたい」というのが素直に伝わり僕はやってるんですよ。だから楽しいんですよ。

僕も楽しいから相手も必然的に楽しく

って。でも途中でね、喧々諤々となるときもあるし、今でもあそこの会社とは微妙だなんて思うところもあります。あの担当者は許せないとかもあるんですよ。向こうも同じように思ってるかもしれないですけど。でもそう言いながらもやっていけるっていうのが、僕は仕事として一番自然な姿かなと思っています。

**加藤** 「楽しい」ということですね?  
**西島** 楽しいです。今日ここにこうやって呼んでいただいて、今後うっかり何かいいことに繋がっていけばいいなと思っています。

**加藤** 本当に是非! うっかり繋がることを期待しております。本日は本当にありがとうございました。

.....  
個人的なヴィジュアルからとても感性的なアーティストをイメージしていたが、いい意味で裏切られた。野性的・感性的なところを持ち合わせつつも、それを支えるロジカルな考え方や緻密にものごとを洞察されている様子が今回のお話で垣間見ることができた。この機会にうっかり繋がるプロジェクトが実現することを期待したい。



GUEST:  
『そら植物園』代表 **西島 清順** (Seijun Nishihata)

1980年生まれ。明治元年より150年続く花と植木の生産卸問屋「株式会社花宇」の5代目を務める。日本全国・世界数十カ国を旅し、収集・生産している植物は数千種類。日々集める植物素材で、いけばな・フラワーデザイン・室内緑化・ランドスケープなど、国内はもとより海外からの依頼も含め、年間2,000件を超える案件に応えている。2012年1月には植物の魅力を広く伝える活動「そら植物園」をスタートし、卸業による植物素材の提供のみでなく、各専門家と連携した植物専門のコンサルティング業務を行う。近年では「都市のオアシス2014」に認定された注目の複合商業施設「代々木VILLAGE」や、植物プロデューサー・シンボルツリーの調達・広告契約の3役を担った都内最大級のマンション計画「パークシティ大崎」など、各地で植物を用いたプロジェクトを多数の企業・団体と展開し、反響を呼んでいる。  
オフィシャルサイト <http://from-sora.com/>