

おわりに

ひがしとうきょう

東東京から見えてくるもの

「花のまち」の未来は明るい！

話／竹谷仁志（お花がかり株）
写真／編集部、竹谷仁志*



六本木ヒルズ、深川ギャザリアほか様々なプロジェクトに携わる。東東京においては、葛飾区役所の花壇デザインや職員への指導、葛西臨海公園『青海波』およびヒマワリ花壇のデザインを担当する。

たけたにひとし
竹谷仁志さん

お花がかり株式会社代表取締役。一級造園施工管理技士。一級土木施工管理技士。花と緑に係る街づくりからイベントの企画、設計、運営、プロデュース等を展開。サンシャインシティ、

「植えて楽しむ」という段階から
「魅せて楽しむ」へのステップアップを

を見てみると、そうした意識改革が区役所はもちろん、区民団体レベル（民間）までよく浸透しているなと感じますね。



【道行く人の目を惹く、葛飾区の様々な花壇】1／曳舟川親水公園 広場ゾーン 2／金町駅南口 3／あおぞら水元保育園 4／細田三丁目せせらぎ公園

葛飾区に限ったことではありませんが、花壇のお手入れをしている人たちが「人に見せる」ということに楽しみを見出せるかどうかで、完成度は全然違ってくるかどうかが、僕自身がデザイナーだからと感じます。僕自身もデザイナーだからそう感じるのかもしれませんが、見せる（魅せる）ことを意識してつくられた花壇は、パッと見でも「他とは違う」と感じますから。以前、区役所のガーデニング部の方々を、僕が植栽デザインを担当したHANA・BIYORI（よみうりランド）へ招待した際、植栽意図などを丁寧に説明しましたら、その後区役所に戻ってからの皆さんの花壇づくりがガラリと変わったのをよく覚えてます。魅せ方を学ぶことの大切さを、僕自身も強く実感したものです。葛飾区内の花壇

もう1つ、葛飾区の大きな強みと感じるのが、「何のために花壇を作り、花を植えるのか？」という目的意識をハッキリ持っている方が多いということです。防犯（P26）や子供たちへの教育、あるいは福祉（P32）など、花を植える確固たる目的を持って活動しているからこそ、もっときれいにするにはどうすればいいかを検討したり、道行く人に声掛けされることで高齢者の励みになるような仕掛けを考えたり……その結果として美しい花壇が多数生まれたのではないのでしょうか。使われている資材や植物単体の美しさでは他と大差ないので、個々の志の高さがクオリティに繋がっていると考えられます。そして、最終的にはやはり「人」次第かなと僕は感じています。葛飾区でいう



六本木ヒルズにおける、住民達による和気藹々とした花壇活動の様子。強制された活動でなく、好きで「やりたい」と思うような仕組み作りも欠かせません（2019年春）



大輪のタイタンピカスは、ヒマワリ同様に被写体として人気の夏花（2019年7月・お台場）



2021年5月末の葛西臨海公園 ヒマワリ花壇にて。今年の夏はどのように開花するか？今から楽しみです



昨年オープンしたフラワーパーク『HANA・BIYORI』に葛飾区役所の皆さんをご招待。右から2番目は早坂幸一郎さん(*)

なら青木区長（P20）はもちろん、『花いっぱい』のまちづくり』プロジェクトをスタート時より盛り上げてきた早坂幸一郎さん（P22）など、キーマンとなる熱意ある人がいたからこそ、あれほどまでに人が集まって花壇活動も盛り上がったのではないのでしょうか。また、何も行政任せである必要はなく、それぞれ個人の庭で花や緑を育てている方が声を上げ、町や地域を動かす切っ掛けを作ることにも可能です。マイガーデン前号（No.98）で掲載された長野県中野市などは、その好例と言えるでしょう。とりわけ「花」は、植樹や造園といった分野より一般の方が関わりやすいというメリットがあるので、人を呼ぶにはうってつけのツール。同時に手入れ次第で明確に美しさに差が出るため、難しさがある反面頑張った成果が出やすく、参加者の「やる気」を引き出しやすいとも言えます。

とは言い、いくら葛飾区がうまくいっているからといって、それぞれの花壇のデザインや区の仕組みなどの「形」だけをそのまま真似しても失敗するだけでしょ

う。お住いの地域の特性なども考慮して適した方法を模索する必要がありますし、何より「こういうことをしたいから花壇を作りたい」「花を植えたい」という明確な理由付けが必要。わかりやすい目的を共有することが、人を集めてムーブメントを起こす大きなカギになるはず。予期せず始まった園芸ブームに「夏花」でさらなるエンジンをかけたい

昨年からのコロナ禍により、自宅で自然を身近に感じるための手段として、園芸が1つのブームとなりつつあります。同時に葛西臨海公園を始め、身近な公園・緑地で余暇を楽しむ方も増えました。夏の公園といえば豊かな緑や木陰が重宝されてきましたが、これに加えて「夏花」を切っ掛けに、きれいな花を觀賞するという楽しみ方も新しい柱になっていけばと期待しています。さらにそこから園芸ブームの流れに乗り、自分の庭でも同じように育ててみたいという流れが生まれ

るはず。元々夏は夏休みやお盆休みもあり、家族と家で過ごす時間が長いのですから、そうした中で暮らしを豊かにするツールとして一層花が利用されていくのではないのでしょうか。これまでは夏の花というヒマワリくらいしか想像つかない方も多かったでしょうが、昨年より『青海波』を通じて展開してきた「夏花」は、より長期間觀賞できるシリーズ。初心者でも育てられる品種も多くありますので、自宅での自分時間・家族時間がさらに楽しくなるはず。花業界としても一丸となって広めていきたいものです。まだ知られていないからこそ、そこにビジネスチャンスがあるわけですからね。

先人たちは前回の東京オリンピック機に、日本の秋を花のシーズンへと変えました。次は夏の番であり、TOKYO 2020がその役割を担うのです。そしてTOKYO 2020はあくまで「切っ

掛け」に過ぎず、来年以降も万博や花博など、日本で夏に開催される祭典は数多くあります。無論、コロナ後には他にも自粛続きだった各種イベントも再開されるはず。そうした場において「演出」は不可欠であり、花の需要は一層増していくのではないのでしょうか。

最後になりますが、コロナ禍によって花が売れるようになるという展開は、当初は誰も予測できなかったはず。ある種の「人類の危機」に直面している中、全国的に花を求める流れが生まれた背景には、やはり本能的に人が「必要なもの」として花を求めているからだと思えてなりません。そして街中の花々は、そこに暮らす人々の豊かな心の現れ……ヨーロッパの昔からの街並や、かつての江戸の庶民の街並に見られる草花のある風景はまさにそれでした。花あふれる風景の広がり、心より期待しています。