

2015年4月17日

第一園芸株式会社

## 色彩を科学する、ブーケ&アレンジメント誕生 「マルチカラー180」4月17日（金）発売開始

色彩学を使って華やかで複雑な花の色を表現し、花をぎっしり納めた丸型スタイル



色相環



マルチカラー180

三井不動産グループの第一園芸株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：植草慶一）は、2015年4月17日（金）から、当社が顧客マーケティングを重ねて開発した花束&アレンジメント「マルチカラー180」を、当社伊勢丹新宿店を皮切りに、各店で発売を開始致します。

「マルチカラー180」は、華やかで複雑な花色と、花を豊富に使いぎっしり納めた丸い形が2つの特徴です。

色については当社のトップ・デザイナーによるお客様に人気の高い作品を、色相環※1や明度、彩度のチャートを使い分析し、色選びのルール等を設定、マニュアル化することで店頭での再現性を高めた、<色彩を科学>して生まれたブーケ&アレンジメントです。

スタイルは、ヨーロッパでは伝統的かつ基本の様式である「ビデマイヤー」※2を採用し、丸い形にモダンな色彩と通常の商品と比較してぎっしり花を納め、ボリュームと華やかさを表現しました。これまで主流のブーケ等とは異なり、主役となる大輪などのメインの花材をあえて設けず、多彩な色をバランスよく配置し全体として美しく見せることにこだわっています。

「マルチカラー180」は、当社が昨年8月より伊勢丹新宿店にて実験的に販売しご好評を頂いてきた「マルチカラー360」※3をシリーズ化すべく開発しました。

「マルチカラー」シリーズは、顧客マーケティングから生まれたこと、商品のプロダクト化を目指したことが特徴です。当社の主要顧客層は50代以上ですが、「今の時代の感性を持った正統派の40代女性」を新規ターゲット層に設定、直接インタビュー等を実施する他、デザインコンサルと協働しファッション・化粧品・雑貨などを含めてターゲットに関する時代のキーワードを調査、その中から「マルチカラー」を選び、花で表現することにしました。また、前述のような仕様のルール化・制作技術のマニュアル化を進め、100時間以上の研修および修了試験に合格したスタッフだけが制作することで、高

品質な商品の店頭での再現性を高めるとともに、シリーズにネーミングをすることで、商品のプロダクト化を目指しました。これまでの花店の多くはオーダーメイドが主流のため、店舗の制作スタッフによってテイストやレベルが異なることがありましたが、当社は「マルチカラー」シリーズを導入全店舗で統一したクオリティで提供すると共に、予め店頭にて展示販売し、実物を見て安心して選んでいただけるように致します。

「マルチカラー」の後ろの数字の180/360は、色相環のチャートの180°または360°の角度の範囲内で色を選ぶというルールを表しています。

当社はこれまで革新的な花卉園芸品の開発に挑戦して参りましたが、今後も顧客の声に耳を傾け、色や形にこだわった高品質な生花商品を販売していきます。

また同商品を発売することで、導入店舗の生花売上前年比1.5倍を目指します。

◆「マルチカラー180/360」販売店舗

2015年4月17日～伊勢丹新宿店

2015年4月18日～帝国ホテルプラザ店

2015年6月以降、全店展開予定（オフィスビルイン店舗・病院内店舗を除く）

◆価格

5,000円（税別）～ご予算に応じて承ります。

冒頭の写真は、15,000円イメージです。

※1：色相環

色相の総体を順序立てて円環にして並べたもの（左図）。色相環上では、補色を反対の位置に設けている。一般的には20等分や40等分などで表現され、色相を角度で示すものもある。



※2：ビデマイヤーのスタイルについて

19世紀ドイツで始まった芸術のスタイル。花の世界では、今度の商品の様に、丸いドーム型で花がぎゅっと詰まったスタイルを示す。日本では、ビデマイヤースタイルを意識したものは、時々ウェディング・ブーケとしては作られているが、店頭商品や、装飾のために採用されることは、殆どないとされている。

※3：「マルチカラー360」について

当社が2014年8月より、伊勢丹新宿店にて「マルチカラーブーケ」の名前で実験的に販売してきた花束&アレンジメント。色相環のチャートの範囲内（360°）で一定以上の色を選ぶというルールに基づいています。

今回の「マルチカラー180」と並行して販売していきます。

価格は5,000円（税別）～、ご予算に応じて承ります。

