株式会社ジャパン・フラワー・コーポレーション（卸売業）

Japan Flower Corporation
株式会社ジャパンフラワーコーポレーション



フラワーツーリズムの風景

〇本社所在地：富山県射水市流通センター
水戸田２丁目３－１
〇事業概要：花産業
〇常時使用する従業員：155名
（2026年10月時点）
〇現在の売上高：11億円
（ 2026年6月期）
〇法人番号：5230001012941
〇Web：https://www.hanamatsu.co.jp/

企業理念・100億宣言に向けた経営者メッセージ



代表取締役社長
松村 吉章

花と風景で土地の価値を再編集し、世界に誇れる体験産業をつくる

株式会社ジャパン・フラワー・コーポレーションは、花の力によって土地の価値を高め、人の心に残る体験を創出することを理念とする。新御殿場インターチェンジという日本の大動脈に位置する自社農場を舞台に、私たちは単なる観光消費ではなく、人生の記憶に刻まれる時間を生み出す。富士山の絶景を望む地で、50年の歴史を持つ薔薇専門店「ローズギャラリー」のブランドを核に、花・自然・文化を融合させたフラワーツーリズムを展開し、「観光以上、移住未満」の滞在価値を提案する。エステートビルドアップとアグリテックを活用した高付加価値農業により、花を起点とした持続的な体験産業を構築し、売上高100億円の事業成長を目指す。

売上高100億円実現の目標と課題

実現目標

2030年の事業拡大に向け、新御殿場インターチェンジ至近の立地と富士山ビューを核としたフラワーツーリズム拠点を作り、安定的な施設運営を実現する。薔薇専門ブランドを活かした商品販売と体験価値の高度化により、2034年に売上高100億円の達成を目指す。また、拠点で培った運営・体験設計のノウハウをさらに全国へ展開し、小規模でも成立する花体験モデルを通じて、地域資源を活かした新たな観光価値を創出する。

課題

観光業界では来訪者数の季節変動が大きく、施設運営の収益安定化が課題となっている。また、地域資源を活かした体験づくりにおいては、属人的な運営や再現性不足により、拠点展開が進みにくい。花を活用した観光は高い潜在価値を持つ一方で、生産・物流・人材育成・運営管理の仕組み化が不十分であり、スケールに耐える体制構築が求められている。これらを同時に解決する事業モデルの確立が必要である。

売上高100億円実現に向けた具体的措置

目指す成長手段

目指す成長手段は、新御殿場インターチェンジ至近の自社農場を起点に、フラワーツーリズム拠点の体験価値を多層化し全国へ横展開することである。50年の歴史を持つ薔薇専門ブランドを核に、エステートビルドアップ手法で体験・飲食・物販を一体展開し、連携による拠点拡大を図る。あわせて、小規模導入可能な花体験フォーマットを開発し、来訪データと季節需要に基づくエリア選定により再現性の高いモデルを構築する。さらに、アグリテックを活用した花の安定供給と健康・美容分野への展開により、観光依存から脱却した収益基盤を確立する。

実施体制

株式会社ジャパン・フラワー・コーポレーションは、新御殿場インターチェンジ至近の自社農場を拠点とする富士ローズフォレスト構想において、農業デベロッパーとして事業全体の企画、施設運営、体験設計を担う。薔薇専門ブランドの知見を活かし、運営人材の育成と標準化を進め、研修・オペレーション管理を通じて運営効率化を図る。また、行政や地域事業者と連携し、花・香り・食・文化を融合した体験価値を創出することで、拠点展開を実現する。

※本宣言は企業自身がその責任において売上高１００億円を目指して、自社の取組を進める旨を宣言するものです

株式会社ジャパン・フラワー・コーポレーション（卸売業）

売上高100億円実現の目標とその売り上げ目標

株式会社ジャパン・フラワー・コーポレーションは、花卉の生産・調達・企画を起点に、花を軸とした空間演出や体験事業、観光コンテンツ開発へと事業領域を拡張してきた。花の力を装飾や商品にとどめず、土地の価値を高め、人の心に残る体験へと昇華させることを一貫して追求している。現在は、新御殿場インターチェンジ至近、近隣の蒸留所に近接する自社農場を舞台に、農業デベロッパーとして「富士ローズフォレスト構想」を推進している。50年の歴史を持つ薔薇専門店「ローズギャラリー」のブランドを核に、エステートビルドアップの手法を用いた高付加価値型フラワーツーリズム事業を展開している。

富士山の絶景を望む立地において、四季折々の花景色と地域の自然・文化・食・香りを掛け合わせ、「観光以上、移住未満」の滞在価値を創出することで、来訪者の深い満足と再訪意欲を生み出す拠点づくりを進めている。こうした取り組みを単一施設にとどめず、施設運営、体験設計、人材育成、生産・物流を含めた事業モデルとして型化し、来訪データや季節需要に基づくマーケットイン型の設計により、再現性と収益性を両立する運営体制を構築している。花関連商品の販売や体験プログラムの高度化を通じて、2034年に売上高100億円の達成を目指す。さらに、アグリテックを活用した安定供給体制を基盤に、小規模展開が可能な花体験フォーマットを開発し、全国の自治体等と連携することで拠点展開を進める。花を通じて地域資源の価値を再編集し、日本発のフラワーツーリズムモデルを世界へ発信していく。

