

おかげさまで創業60周年



*earth smile,
human smile*

 **赤塚植物園グループ**



おかげさまで赤塚植物園グループは 創業60周年を迎えました

1961年から始まった赤塚植物園グループの歴史は、花と水と人がつむぐ物語です。

日本中を花と緑で彩るために、水の技術FFCで健康と環境を守るために、

多くの人たちと手を携えて挑戦してまいりました。

私たちを育ててくれた全ての人たち、そして自然への感謝の気持ちを忘れずに、

「一人の健康から地球の未来まで」という夢の実現に歩んでまいります。

earth smile,
human smile

ロゴマークについて

- ・水色から緑へと変化するカラーは、地球のイメージを表現
- ・ゼロから芽を出すデザインは、60年が人という還暦であることから、原点に戻りつつ、新たに成長していくイメージを表現
- ・6と0の輪が密着した形は、社章にも模されている無限大(∞)を表現



創業60周年を迎えるにあたって

創業の精神を未来へ

赤塚植物園グループ 代表取締役会長 赤塚 充良 (あかつか みつお)

1961年1月11日、私が妻ひさ子との結婚式を挙げたその日に赤塚植物園は創業いたしました。今日に至るまで私どもは花と緑の事業、FFCの普及事業を中心に様々な取り組みに挑戦してまいりましたが、大勢の方々の支えのおかげで創業60周年を迎えることができましたことを心より感謝申し上げます。

近年は、各ガーデンを公開して多くの方に親しんでいただいているほか、2018年には旭日日光章、2019年には三重大学名誉博士称号を賜り、米寿を迎える本年は念願の「藤のガーデン」も開園の運びとなり、誠に光栄で喜ばしい限りでございます。これらを励みに今後ますます事業の発展と社会貢献に努力してまいりますので、ご指導のほどよろしくお願い申し上げます。

アメリカの農場で働いていた頃、若者同士で「価値ある人生とは何か」について幾日も議論をぶつけ合ったことがあります。私が達した結論は、「自分が生涯を終えるとき、「ありがと」の渦に囲まれることができれば、それは『価値ある人生』だったといえるのだろう。ならば、そうなれるような生き方をしよう」ということでした。この決意こそが、その後の人生や事業経営における判断の拠り所となりました。よいことを知ったなら独り占めせず、仲間といっしょに豊かになれるように、可能な限り人様や世の中のためになるように、そうやって道を選んでまいりました。

この判断基準によって大きく自分を変えられたことがあります。もし損得勘定で判断すれば、「なるべく損しないように」と小さな事業しかできなかつたことでしょう。しかし、周りのみんなのためになると信じて判断すると大きな夢を描くことができ、アイデアが生まれ、チャレンジする勇気が湧きます。失敗した時も謙虚な気持ちで再挑戦に向かうことができます。

日本の園芸業界に新しい風を吹き込むため、関係者とともに欧米を視察するツアーを企画し先導してきた時代があります。私一人の力には限りがありますが、私の想いに賛同してくださった方々が全国各地でリーダーとなられ、新しい仲間を作ることで、日本の園芸文化は大いに発展しました。

赤塚植物園グループはおかげさまで、大勢の従業員が働くようになりました。ベテランの従業員が私の信念を十二分に理解し、リーダーとして後進を育成してくれています。従業員一人ひとりが私と同じ気持ちで日々の職務に当たり、判断し、チャレンジすることで、事業を発展してくれることと信じております。また、FFCの事業におきましても、多くのフィランソ会員様が私と同じ信念でFFC普及に尽力され、日々勇気をもって活動されていることに心より感謝いたしますとともに、今後FFCが世界へと広がり、豊かな地球環境が守られていくことを願ってやみません。



赤塚植物園グループ 代表取締役社長 赤塚 耕一 (あかつか こういち)

赤塚植物園グループ創業60周年という節目を迎えることができましたのも、ひとえに多くの方々のご支援の賜物と厚く御礼申し上げます。

記念の年を迎えるにあたり、赤塚会長夫妻が築き上げてきたお客様との信頼関係や、ともに情熱を燃やしてきた従業員、また、育ててきた植物の数々、積み重ねてきた技術など、かけがえのない財産に恵まれていることに深く感謝しています。60年は人間でいうと還暦であり、生まれたときに還るという意味があることから、あらためて創業時の原点を振り返り、次の60年に向けてまっすぐな気持ちで一歩を踏み出してまいりたいと考えています。

赤塚植物園グループは、花と緑、そして水の技術FFCテクノロジーを中心に、多くの方々と関わり合いながら歩んできました。60年の歴史の中で時代の変化に合わせて事業に取り組んできましたが、昨今は社会情勢が加速度的に変化し、園芸文化とFFCに求められる役割が重要さを増していると感じています。

園芸の事業におきましては、創業間もない頃にはサツキを中心に洋風庭園の普及、メリクロン生産による洋ランの贈答品としての慣習化、吊り鉢や観葉植物を通じた室内園芸の普及、ガーデニングブームなどの変遷を経て、近年は、人々が自然と親しみ、かつ地元の観光資源となるガーデンの運営にも力を入れております。花と緑を生活に取り入れること

は、人々の心身を健康に保つためにますます欠かせないものであり、IGCA(国際ガーデンセンター協会)を通じて世界の園芸産業の潮流を見極めつつ、業界の皆様とともに植物で彩る豊かな生活を日本に普及してまいりたいと考えています。

FFCの事業におきましては、当グループが水の研究を開始して36年が経ち、一般家庭・産業分野ともに利用が拡大し、海外展開もスタートしました。赤塚充良会長は1991年の創業30周年誌において、すでに環境破壊への懸念や安全な農業の必要性、今後迎える超高齢化社会について述べ、新しい水の技術で社会に貢献していくことを宣言しています。それから30年、社会情勢は赤塚会長の危惧していたとおり問題が深刻化しており、国連が提唱するSDGsは人類が地球上に住み続けるための重要課題となっています。環境改善と経済発展を両立するFFCテクノロジーが創造する世界は、まさにSDGsが描く未来に合致するものであり、今後もフィランソ会員様、FFC活用事業者様とともに実績を積み重ね、FFCの普及に努めてまいります。

これからも赤塚植物園グループを支援してくださる皆様、さらには周りの方々や自然環境も「笑顔」にできるよう精進してまいりますので、ご指導、お引き立てのほどよろしくお願い申し上げます。

1. 植物販売 *Sales of ornamental and garden plants*

パビリオン事業部・グループ通信販売部・営業部



お客様に楽しんでいただけるよう、季節感を大切に工夫を凝らして店内を演出。



人気の園芸教室。スタッフによる園芸テクニックの動画配信も行っています。



FFCパビリオンのスタッフが季節の花を寄せ植えたギフトバスケットも人気。



歴代店長から信頼の リレーをつなぎます

パビリオン事業部 坂下徹

お客様には日頃のご愛顧に心より感謝申し上げます。コロナ禍のため、自宅でいかに楽しく健康的に過ごすことができるかが社会のテーマとなっていますが、室内や庭で植物や土に触れ、自然の彩りを愛でることができる園芸は、人に不可欠な活動として見直されているようです。そんな背景もあってか、今は特に園芸初心者の方のご来店が多いので、熟練のスタッフが丁寧にご案内できるよう心がけています。当店には歴代の店長が築き上げてきたお客様からの信頼があります。「アカツカなら花が元気で持ちが良い。アカツカのスタッフならやさしく教えてくれるから安心」。これからも店長としてその価値を守っていくとともに、新たに始めたWEB配信や通販をきっかけにアカツカに会うお客様にも、当店のブランドイメージをしっかりと定着させていけるよう努めていきます。



お客様との信頼関係を大切に

「花のアカツカさん」として地元で親しまれてきた赤塚植物園。1996年に完成したアカツカFFCパビリオンは今も昔も、高品質なお花が買える店として人気の園芸専門店です。

FFCパビリオンは品揃えや商品の品質はもちろんのこと、スタッフの専門知識や接客力、サービスの拡充などに努め、お客様との信頼関係を築いてきました。

仕入れにおいては、愛知豊明花き地方卸売市場などの大型市場のほか、個人生産者の方々ともコミュニケーションの輪を広げ、目利きのスタッフが高品質かつトレンドに合った商品を選んでいきます。店内は季節の鉢花やギフト用の寄せ植えなどで彩りながら大小の観葉植物を立体的にディスプレイし「花と緑のオアシス」のイメージを演出。また、シャクナゲやクリスマスローズといった自社生産植物、ネオレゲリア

や熱帯スイレンといったアカツカナーセリー・タイランドから導入した植物のPRやフェアも積極的に行っています。2007年には別館2階に200名収容のホールを設けて園芸教室を充実させ、ファンを増やしてきました。「レッドヒルヒューサーの森」のローズガーデンでの実演を兼ねたバラの講習会も人気です。

通販部門では、2016年に開設した花の通販サイト「花の音」を軸に、AmazonやYahoo!にも販売を拡大。植物の魅力伝えるWEBページとも連動させ、アクセス数を伸ばしています。

生産部門と連携して企業向け販売を展開する卸販売部門では、商品アイテムの多角化やカタログの充実化・WEB化を進める一方で、日本各地の有名な公園やテーマ

パークでタイタンピカスが植栽されるなど、地道な営業活動も成果を挙げています。

新型コロナウイルス感染症の拡大は、赤塚植物園の販売事業にも影響を及ぼしました。IGCA（国際ガーデンセンター協会）からの情報も取り入れながら、店舗のお客様と従業員の健康を守るための感染対策を迅速にスタートさせるとともに、オンラインでの活動を強化。スタッフによる園芸テクニック動画の配信や、説明動画付き寄せ植え商品の通販なども開始しました。オンラインとリアルの両面から、新しい時代に合った園芸の魅力を発信していきます。

赤塚植物園の通販サイト「花の音」
<https://www.akatsuka.shop/>



2. 生産・育種・研究 *Production, Breeding and Research*

生産部・育種開発部・研究開発部



2001年から始まったタイ王国からの実習生・研修生の受け入れは今も継続中。第一農場をはじめ各所で活躍していただいています。



倉林さんはシャクナゲやタイタンピカス、熱帯スイレンなどの先生として「趣味の園芸」などの園芸雑誌にたびたび登場。



真夏に元気な笑顔の花を咲かせるタイタンピカスは、エディブルフラワーとしても注目。

新しい魅力を持つ品種を

生産農場は赤塚植物園の事業の土台であり、育種開発や研究部門と一体となり、園芸植物を世に広めてきました。現在は第一農場（安濃農場）、第二農場（FFCユートピアファーム）、第三農場（シャクナゲガーデン他）の3か所に分かれ、タイタンピカス、シャクナゲ、クリスマスローズ、三重カナメ、熱帯スイレン、コルジリネ、ドラセナ、プロメリア、サンセベリア、多肉植物など多数の品種を栽培・管理しています。これらの中には研究所のメリクロン技術で誕生した苗のほか、アカツカナーセリー・タイランドから輸入された植物も含まれます。徹底した品質管理のもと生産し、FFCパピロンや全国の市場、通販、フィランソ会員様向けフラワープレゼントなど多岐にわたり出荷しています。また、生育期間の短縮化など独自の栽培ノウハウも蓄積されています。

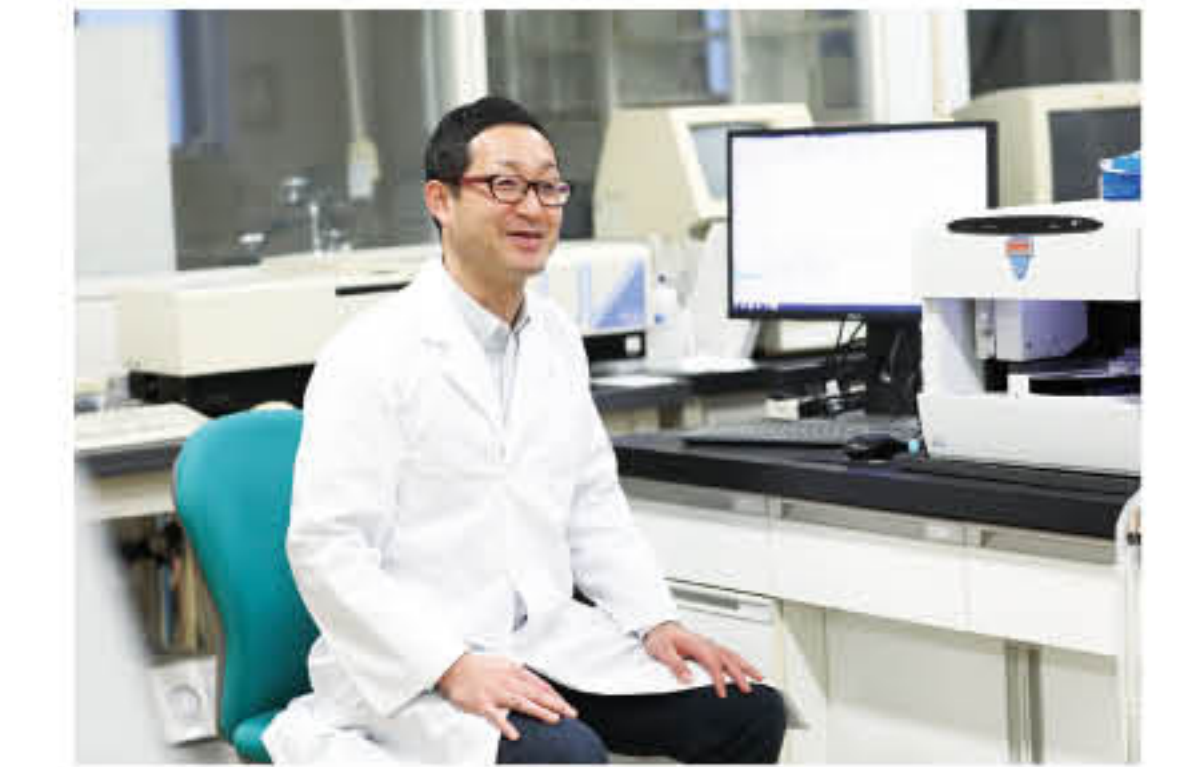
40年前から始まったシャクナゲの育種は今なお続き、「サクラシフォン」など新しい魅力を持つ品種が誕生しています。また、アメリカや中国での販売展開も進められています。アメリカフヨウとモミジアオイを掛け合わせたタイタンピカスは、2009年の誕生以来、新しいバリエーションが充実し、ジャパンフラワーセレクションでの受賞を重ね、国外では2012年にオランダのフロリアードで優秀品種に認定されるなど高く評価されています。近年は東京お台場にある50mの花壇で植栽されるなど、都心の夏を彩っているほか、2018年からはエディブルフラワー（食用花）としての価値に着目し、成分の研究や安全な栽培管理に取り組み、食品業界への新しい営業展開に期待がかかります。

育種開発部ではクリスマスローズの育種にも力を入れ、

2017年からは10種類以上の個性豊かな花を組織培養で増殖し、「伊勢みやび」シリーズとして販売を開始。早春を代表する花として親しまれることを目指しています。

研究開発部では、植物やFFCに関する学術調査や実験を幅広く実施。研究で得られたデータは植物の生産や育種開発、販売展開、また、FFC製品の開発や改良、効果測定などに役立てられています。2021年にはグループ各社から新製品がリリースされるなど、全社にわたる事業の信頼と発展に貢献しています。

第一農場のビニールハウスの鉄骨は、FFCウォーターを使用するようになってから赤サビが黒サビに変わり、堅固な状態を保っています。



FFCが支える植物事業、 FFCが広げる未来

研究開発部 杉浦裕幸

赤塚植物園グループの各種事業を支えているのは、特殊な鉄分を用いて水の機能を高める独自の技術“FFC”です。この技術により生み出された「高機能性の水」を利用することで、例えば安定した植物生産や環境負荷の少ない植物生産・ガーデン事業などが可能になっています。研究開発部での独自の研究に加え、ハーバード大学をはじめとする10以上の大学との共同研究から、FFCによって植物の生長が促進され、環境適応力が高められることが評価されています。近年ではさらに、こうした現象のメカニズムの一部が植物の遺伝子レベルで明らかにされつつあります。研究は難解ですが、現場でのFFCの活用方法は至ってシンプルです。植物の栽培に利用する水に簡単な処理を施すだけで、細胞の増殖促進が認められることは非常に驚くべきことです。FFCを上手に利用することで地球のサステナビリティに大いに貢献できると考えています。また、FFCを活用したヘルスケア食品やスキンケア製品、農業資材などの開発、FFCをさらに高め安定化させるための技術の開発など、今まで以上にFFCを皆さんの身近な技術としてお役立ていただけるように取り組んでいます。

3. ガーデン・観光 *Gardens and Tourism*

ガーデン事業部・観光営業部



呉服しだれをはじめ梅の名木約200本が集まる「鈴鹿の森庭園」。日没後はライトアップによって幽玄な世界を演出。



「レッドヒル ヒーサーの森」の象徴ともいえる「こころの池」から眺め。



約200種、3000本のシャクナゲが楽しめる「赤塚シャクナゲガーデン」。



一丸となって感動を届ける

—— ガーデン事業部・観光営業部 代々和生

毎年、2月から6月頃にかけては各ガーデンが順にオープンし、賑やかなシーズンとなります。特に「鈴鹿の森庭園」は年々有名になり、全国から大勢のお客様をお迎えするので、開園前の準備や運営体制の管理、旅行会社への対応、そしてご来園お客様へのご案内など忙しさはピークに。それでも、お客様がゲートをくぐられた直後の「わー、すごい!」という歓声を聞くと自分のエネルギーが湧くを感じます。ガーデンの魅力を自分の声でお伝えしようと、YouTubeチャンネルやInstagramで動画に出演し配信を始めました。ご来園の皆様にも、動画を視聴される皆様にも、多くのスタッフが一丸となって感動を届ける仕事に携わっていることをうれしく思います。赤塚植物園にはまだまだ伝えきれない魅力があるので、もっと盛り上げていきたいです。



「レッドヒル ヒーサーの森」は地元の高校生の環境学習の場としても使われています。

ここでしか見られない魅力

今の赤塚植物園を表す顔ともいえるのが3つのガーデンです。2013年に「赤塚シャクナゲガーデン」、2014年に「鈴鹿の森庭園」、そして2016年に「レッドヒル ヒーサーの森」の一般公開が始まり、年々多くのお客様をお迎えしています。三重県を代表する花の名所として、雑誌やテレビでも報道されるようになりました。また、インスタグラムやツイッターで話題になり、東海や近畿だけでなく全国に知られつつあります。さらに近年は、第三農場の敷地内にアジサイガーデンとブルーベリーガーデンを、レッドヒルの新エリアに「藤のガーデン」を整備し、新たな集客や地域活性化へとつなげていきます。

ガーデン事業部では、ガーデンの管理と運営を行っています。しだれ梅、シャクナゲ、藤、バラ、アジサイ、スイレン

など、花を美しく咲かせるためには一年を通して手入れが欠かせません。また、広大な園内の除草作業から、木の植え替えや散策路の付け替えといった大掛かりな作業もあり、庭園の魅力を維持向上するために日々、自然と対話しながら取り組んでいます。

観光営業部は、旅行会社が主催するガーデン見学付き団体ツアーを通じて、誘客に取り組んでいます。大手旅行会社のツアーパンフレットの表紙に鈴鹿の森庭園の写真が使われることもあり、非常に大きな宣伝効果となっています。

いずれのガーデンも「ここでしか見られない魅力」があります。鈴鹿の森庭園では名木たちがライトアップによって昼間とは全く異なる姿を見せる演出。レッドヒルでは巨木

に囲まれたレッドウッドの森や、色とりどりのバラとその香りに包まれたローズガーデン、水車が回りモネの池を想起させるスイレン池。シャクナゲガーデンでは想像を超えるような花付き、サイズ、そして品種の多様さなど。これらすべてが、赤塚植物園が長年、育種や整備に取り組んできた歴史のうえに、働く従業員のアイデアと努力が重なり、実現しています。これからも日本中、そして世界の人々にも赤塚植物園のガーデンの魅力を知っていただけるよう管理し、情報を発信していきます。



レッドヒル園内の植物の実や葉で作った創業60周年ロゴマークのアート

4. フィランソ事業 *Filanso Business*

(株)赤塚



1992年から始まったフィランソ本社セミナーは2016年7月に第700回を迎えることができました。多くの会員様に集まることができました。



コロナ禍のため皆様に集まっていただくイベントを自粛。赤塚充良会長もオンラインで開催されたセミナーで画面越しにご挨拶。



各地域のサポート担当スタッフがセミナーの運営やミーティングの講師、司会や案内など様々な役をこなします。



お電話でもスマイル!

フィランソ事業本部 多嶋幸子

いつもFFC製品をご愛顧くださりましてありがとうございます。私たちコールセンターは、全国のお客様からいただくFFC製品のご注文や会員登録、お問い合わせの電話対応などを行っています。お一人おひとりのお客様に安心して商品をご利用いただけるよう、まずはしっかりと話を伺い、お客様の気持ちに寄り添えるよう心がけています。また、お客様にとって気持ちの良い対応ができるように鏡で自分の笑顔をチェックして、声にもスマイルをのせてお話しできるように努めています。お客様から「元気になりました。ありがとう」といったお喜びの声をいただくことが多くあります。ご注文を頂戴して感謝するのは私たちの方なのですが、感謝のお言葉をいただくなんて、と嬉しく聞かせていただき、私たちの宝物になっています。これからも真心をこめて対応させていただきますので、どうぞお気軽にお電話くださいませ。



長年築かれてきた「絆」を確認

1985年に誕生した清涼飲料水「FFCパイロゲン」は、今なお赤塚植物園グループを代表する商品。900mlパックに換算すると1億本以上が全国に出荷されました。1992年に「カトリア会」として発足した会員組織は、現在「フィランソ」の名称となり全国各地でFFCの普及活動を展開しています。2011年の東日本大震災をはじめ、この10年は震災や自然災害、感染症の拡大など心を痛める出来事が起こりましたが、フィランソでは会員様同士が助け合ったり励まし合ったりする場面が多くみられ、長年築かれてきた「絆」が再確認されることとなりました。

人生100年時代、あるいは先行き不透明な経済状況といった時代の様相を反映し、社会人の副業や生涯現役の働き方が注目されるようになり、ソーシャルビジネス[®]とし

てのフィランソの価値が高まっています。性別や年齢を問わず参加でき、健康や環境、産業などの社会問題の解決につながる活動であり、SDGsに個人レベルで取り組むことができる点も他にはないビジネススタイルといえます。

製品ラインナップの面では、2007年に誕生した美容液「FFCスーパーエッセンス」を皮切りにシャンプー・トリートメント(2008年)、全身用液体ソープ(2010年)、頭皮用ローション(2014年)と、スキンケア製品を充実させてまいりました。4種のパイロゲンシリーズの良さをさらに高めるリニューアル(2014年)や、青汁粉末「パイロゲンでグリーンサポート」(2016年)、美容ゼリー「FFCヴィーナスジュレ」(2018年)といった健康・美容の訴求効果の高い新製品など、研究開発部との協力体制で製品開発も積極的に行ってい

ます。2021年夏には高機能ドリンクも誕生します。

コロナ禍において人と人が会ったり集まったりすることが難しくなる中、フィランソ会員様の活動も変化しつつあります。地域担当者を中心にLINEやZoomといったWEBツールを会員様とともに導入し、ミーティングや定例会議がWEB上で開催されるようになりました。1992年に始まり2020年には770回を迎えた「本社セミナー」は、WEBフィランソ本社セミナーとして開催しています。

FFC製品とフィランソには時代に左右されず「不易流行」といえる価値があります。これからもリーダー会員様を中心に、時代の変化に柔軟に対応しながら着実にその価値を普及するとともに、若い世代にも多く参加していただけるよう努めていきます。

※ソーシャルビジネスとは社会課題の解決を目指して行うビジネスのことです。

5. 産業向けFFC事業 *FFC for Industrial Use*

(株)エフエフシー・ジャパン



農地や海、町で様々な産業にFFCテクノロジーが導入された事例を紹介するジオラマ。私たちは社会全体でFFCが使われる未来を目指します。



世界遺産でもあるフィリピン・イガオ棚田群の保全に役立てることを目指し、FFC製品で応援しています。



野菜カット工場で導入されたFFC元始活水器。野菜がみずみずしくなり、床や排水溝の衛生環境が改善するなど従業員の皆様にも好評。



ユーザー様に寄り添える営業活動を

水を改質・活性化するFFCテクノロジーは多岐にわたる応用が可能で、農業や畜産、水産、食品加工、大型施設、住宅、工業製品など様々な産業で、品質向上や現場の環境改善など多面的な効果を生み出しています。エフエフシー・ジャパンのスタッフは各業界の動向や現状を学ばせていただきながら、産業におけるFFCの普及に努めてきました。

主力製品であるFFCセラミックス製品は約1,000ヶ所で導入中。近年は食品製造工場への提案に力を入れる一方、工務店やハウスメーカーと提携した住宅業界でのFFC元始活水器の普及も展開しています。また、2011年の東日本大震災においては、被災地域の復興の一助となることを目指し、仙台市内に事務所を構え、水産加工業などのFFC導入サポートに注力しました。

農業分野では、熟練のFFC活用農業経営者様のご協力を得ながら、各地で農業勉強会を開催。土壌改質材FFCエースの普及に取り組む一方、ユーザー様のご意見や研究開発部との連携をもとに農業資材「FFCパーク堆肥」を開発し2021年に発売しました。農業経営のためのソリューションとして、土づくりを基本とするFFC農法を提唱していきます。

本社や各地でFFC活用製品の物産展を開催するなど、生産者と消費者を結ぶ流通の接点づくりにも取り組んできました。また、自然災害の影響を受けた生産者に寄り添えるよう、販売の応援にも努めています。

FFCテクノロジーは海外にも活躍の舞台を広げています。2016年からはフィリピンのイガオ棚田群（世界遺産）

で環境保全プロジェクトを開始。伝統農法や景観の保護も視野に入れ、フィランソ会員様からの支援も得ながら継続しています。2017年には海外事業部を設立。海外での営業販売やFFCの導入試験に取り組み、国内とは異なる視点や規模でのFFC普及に取り組んでいます。

近年の営業活動における反応として、各事業者では商品への付加価値にとどまらず、環境負荷の低減や従業員満足度の向上といった、経営全体への付加価値を重要視する傾向も見られ、SDGsの浸透が感じられます。また、コロナ禍で様々な活動が制限される中、マイケル・J・ライス氏がFFC活用現場をレポートする動画やSNSを使った情報発信も開始し、時代に合った手法でFFCの普遍的な価値を伝えられるよう努めています。



持続可能な社会のために

営業部・海外事業部 植田康裕

近年は海外企業からのご要望に応える形で、農業分野を中心にFFC導入に向けて取り組み、現地にも足を運んできました。大規模プランテーションで蔓延している病害を何とかしたいという案件もあり調査したところ、除草剤や化学肥料、農薬の多用が原因だとわかりました。見渡す限りの農園…。太陽の恵みと生態系の循環により育まれてきた豊かな地力が、わずかな期間で失われたことを知り、世界の現実を目の当たりにしました。

FFCエースやFFCパーク堆肥は、“自然の摂理”に従った環境保全型・持続可能な農業を応援する製品です。近い将来予想される食料問題に対処するために、世界の農業方式の転換が迫られる時代が来ると確信しています。それまでに、まずは日本で持続可能な農業のモデルとなるFFC農法の普及に努めていきます。



物産展では、東北や九州のエリア担当スタッフが、それぞれの地域のFFC活用産品をPRして販売を応援。

60TH History

赤塚植物園グループ60年のあゆみ



1961

創業、サツキの大量生産開始

1968

安濃農場を開設



1972

洋ランの郵便による宅配を開始

1972

(株)赤塚植物園を設立／
ブラジル赤塚植物園を設立



1975

米国より
吊り鉢用観葉植物を輸入



1981

コスタリカから
幸福の木の輸入を開始

1984

赤塚物産(株)(現:株)赤塚)を設立／
水の研究を開始



1980

赤塚充良が
ブラジル・オザスコ市より
名誉市民権を授与される

1960

1985

1956

赤塚充良が
第1回農業労務者制度で渡米



1967

洋ランの組織培養に成功、
大量生産に入る



1974

ハワイ赤塚植物園を設立



1980

昭和天皇より洋ランの
組織培養のご高覧を賜る



1983

第22回農林水産祭
園芸部門で天皇杯を受賞



1964

東京オリンピック

1970

大阪万博

1977

「新しい園芸を考える会」設立

花と緑で人の心に潤いを

赤塚植物園の歴史は、創業者である赤塚充良とひさ子夫人が結婚式を挙げた日からスタートしました。創業から四半世紀は、赤塚充良が村を、県を、そして日本の園芸業界を豊かにしようと、世界中を駆けまわって挑戦してきた時代でした。

戦後から復興し、経済成長する日本において洋風庭園が普及すると考えた赤塚は、サツキの需要を見込み、大量生産の必要性を訴えました。植木生産者は多品種

を少しずつ生産するものというそれまでの常識を打破するために、アメリカへの視察団を先導するなどして理解者を増やし、三重県はサツキの日本一の産地となりました。

洋ランの「組織培養」の記事を海外の雑誌で見つけた赤塚は、独自で装置を試作。日本で初めて組織培養による苗の増殖(メリクロン)に成功しました。この技術を農家の生産に広く普及しようと努めた結果、高嶺の花であった洋ランが家庭で楽しむ植物として当たり前

に流通する習慣が日本に生まれました。また、「温室からご家庭へ」のキャッチコピーのもと、郵便小包によるシンビジュームの宅配にも挑戦し、日本における園芸植物の宅配の先駆けとなりました。

ブラジルとハワイに会社を設立するとともに、海外から様々な園芸植物を導入し、国内に普及。園芸ブームを起こすきっかけとなりました。特にボストンファーンをはじめとする吊り鉢は、大手企業の販促商品にも使用され、日本

の園芸を大きく変えるきっかけとなり、観葉植物を室内に飾るのが当たり前の時代が到来しました。

園芸界での数多くの取り組みを評価され1983年には天皇杯を受賞。一方で、園芸だけでは社会貢献の範囲を広げ続けることに限界を感じていた頃、赤塚が出会ったのが、「水」でした。



1992
赤塚充良が
黄綬褒章を受章



1999
パイロゲンが
モンドセレクション
初出品で金賞を受賞

2001
FFCユートピアファーム完成/
FFCワールド2001を開催/
レインボープレゼントを開始/
親子写生大会を開始

2005
1,000haの農地にFFCエースを提供する「農地再生プロジェクト」/
FFC国際フォーラム2005を開催/
愛知万博の巨大緑花壁「バイオラング」に
特別協賛しFFCウォーターを提供



1985
パイロゲンの製造、
販売を開始



1990
コロンビアのカーネーション農場で
FFCウォーターの水浸けを実施



1994
生物機能開発研究所が完成、
初代所長に杉二郎博士が就任



2002
アカツカナーセリー・タイランド設立/
衛星番組「FFC WATER WORLD」放送開始



2006
アンチエイジング国際シンポジウム
&エキスポ東京2006に公式協賛、
国際アンチエイジング大賞で
グランプリを受賞

2007
日本医学会総会に特別協賛

1985

2010

1986
『AKATSUKA
グリーン通信』発刊を開始



1990
EXPO'90国際花と緑の博覧会で
シャクナゲ「ローディー」が名誉賞受賞



1995
(株)エフエフシー・ジャパンを設立/
レッドヒルの造成を本格化



2004
熊本県天草の海をFFCで改質する「ドラゴン伝説」実施/
ハーバード大学とのFFC共同研究を開始



2009
FFC国際フォーラム
2009を開催



1992
「カトレア会」発足

1996
アカツカFFCパビリオン完成

2005
中部国際空港が開港

2010
IGCA日本大会が開催

生命を育む水で健康と環境を改善

国際貢献のためコスタリカから輸入したドラセナ(幸福の木)の原木が腐敗し、栽培に苦勞していた頃、植物によい水と出会い、見事に問題を解決。水の研究を続け、独自の技術を「FFCテクノロジー」と命名、その普及事業が赤塚植物園グループの新たな取り組みとしてスタートします。

腐敗する方向から生きる方向へと変えるという新しい発想に基づく水の普及は、パイロゲン会員組織「カトレア

会」を発足後、赤塚充良の講演会を通じて賛同者が増加。会員様の草の根活動により全国の家へへと普及していきます。同時に、FFCは健康維持や植物に役立つだけでなく、農業や畜産、水産、食品、住宅、施設など各種産業でも効果をもたらし、さらに環境改善にも貢献できることが様々な事例で明らかとなりました。

米国ハーバード大学との共同研究が始まり、学術的な評価も高まる一方で、愛知万博の巨大緑花壁でFFC

ウォーターが導入されるなど社会的な信頼を獲得。国内初のアンチエイジングに関する国際シンポジウムや日本医学会総会への参加を機に、予防医学やスキンケア分野でのFFCの価値にも注目が高まりました。また、全国の1,000ヘクタールの農地を対象にFFCエースを無償提供する「農地再生プロジェクト」や、熊本県天草地方の宮野河内湾の水質を改善する「ドラゴン伝説2004」などFFCによる大規模な環境改善への挑戦も行いました。

この時期、FFCパビリオン(園芸店)やパイロゲン関工場、FFCホール、FFCユートピアファーム、FFCミュージアムの設立、生物機能開発研究所と本社オフィスの建て替えなど施設面でも充実。また、レッドヒルヒューサーの森(一般公開前)の整備も続け、地元の方々を対象とした親子写生大会や、市内の小学校等に球根を進呈するレインボープレゼントなど、その後も長く続くCSR活動を開催してきました。

2011.1

赤塚充良が会長に、
赤塚耕一が社長に就任

2014.2

鈴鹿の森庭園が正式開園



2017.7

赤塚充良著
『幸せの種という贈り物』発刊



2018.4

赤塚充良が
旭日双光章を受章



2018.9

赤塚耕一が
IGCAの会長に就任



2021.1

創業60周年



2021.4

「藤のガーデン」オープン



2012.4

FFCの会員組織名称を
「フィランソ」に変更



2016.1

国連によるSDGsがスタート

2016.2

フィリピン・イフガオ棚田群の
環境保全プロジェクト開始

2010

2020

2013.4

赤塚ジャクナゲガーデン開園



2016.7

レッドヒルに隣接して、
「高野尾花街道 朝津味」開業



2016.9

「レッドヒル ヒーサーの森」の
一般公開を開始



2018.11

「赤塚FFCの日」が
記念日として登録



2019.11

赤塚充良が三重大学より
名誉博士の称号を賜る



2021.6

「ブルーベリーガーデン」
オープン



2011.3

東日本大震災

2016.4

熊本震災

2019.5

平成から令和に

2020

新型コロナウイルス感染症の流行

地域や社会に貢献する新たな取り組み

2011年、赤塚充良が会長に、赤塚耕一が社長に就任。赤塚植物園グループは新しい時代へと進み、これまで培った花と緑のノウハウ、そしてFFCという水の技術を、地域や社会に役立てる取り組みに励んでいます。

日本全体が悲しみに包まれた東日本大震災では、人々が助け合うことの大切さが見直され、フィランソ会員様やFFC活用事業者様の絆がさらに深まる契機となりました。福島県飯舘村とは震災直後からのご縁により、園

芸植物やFFCを通じて復興の一助となれるよう努めてきました。

赤塚充良が故郷の農業振興のために、地元の農家や産官学とも連携し、2016年に誕生した「高野尾花街道 朝津味」(運営:株)フューチャー・ファーム・コミュニティ三重)は県内最大級の農産物直売所です。隣接する「レッドヒル ヒーサーの森」の一般公開を開始し、朝津味と協力して農業・観光の地域活性化プロジェクトに取り組

んでいます。

フィリピン・ルソン島のイフガオ棚田群(世界遺産)へのFFC製品を通じた環境改善プロジェクトは2016年にスタート。フィランソ会員様と赤塚植物園グループが一緒になって支援を継続し、現地からも感謝や環境改善のお声が聞かれています。

2018年から2019年にかけては、赤塚充良への旭日双光章や三重大学からの名誉博士称号の授与、また、一

般社団法人日本記念日協会から毎年11月9日が「赤塚FFCの日」「いい地球の日」として認定されるなど、長年の取り組みや実績が認められたうれしい話題が続きました。2021年も藤のガーデンやブルーベリーガーデンを新たにオープンし、赤塚植物園グループの花の事業、水の事業を主軸とした挑戦は続いていきます。

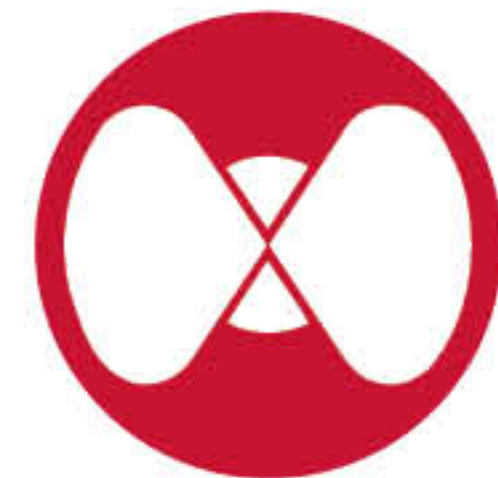
一人の健康から地球の未来まで



赤塚植物園グループ

社名：株式会社赤塚植物園(1972年設立)
 株式会社赤塚(1984年設立)
 株式会社エフエフシー・ジャパン(1995年設立)
 本社：〒514-2293 三重県津市高野尾町1868番地の3
<https://www.akatsuka.gr.jp/>
 代表者：代表取締役社長 赤塚耕一
 創業：1961年1月11日
 資本金：9,000万円(グループ計)
 従業員：188名(2020年10月グループ計)
 売上高：40億円(2020年4月グループ計)

コーポレートマーク(社章)



ランの花をデザイン化したもの。花と緑、また身体の健康と心の健康のバランスを左右対称で示し、さらに無限大の広がり調和を強調。バックの内円は平和を、外円は地球を表現しています。(1991年制定)

健やかな未来に向けてFFCを情報発信



FFCとは赤塚植物園グループが「動植物の機能を高める」と認めたものの総称で、特殊な鉄分「Ferrous Ferric Chloride」の頭文字に由来する商標です。生命の誕生や進化に関わった太古の水、植物の光合成、自然界で浄化される水の循環機構、土壌中の物質循環などの総合的な研究からFFCは生まれました。

赤塚植物園グループの公式SNS



赤塚植物園グループは公式SNSで随時情報発信をしていますのでご覧ください。フォローやシェアもぜひよろしくお願いいたします。



赤塚植物園グループ公式アカウントはこちらから。

赤塚植物園グループのSDGsの取り組み

赤塚植物園グループでは、園芸事業および水の技術FFCテクノロジーを通じて、国連によるSDGsの達成に向けて幅広く、多くの皆様方とともに取り組んでまいります。何卒ご理解ご協力を賜りますようお願い申し上げます。



園芸事業での取り組み(例)

- | | | |
|-----------------|----------------------------------------|---------------------------------------|
| 観光ガーデンの運営 | ● 利用者の心身を元気に
● 地域経済の活性化 | ● 環境教育セミナーの実施 |
| レインボープレゼント | ● お花の球根を地域の小学校や支援学校へプレゼント | |
| オリジナル食用花の開発・生産 | ● 栄養面・機能面について大学との共同研究
● 健康によりメニュー開発 | ● 地元企業のインフラ利用 |
| クマノザクラの苗 | ● 遺伝子汚染からクマノザクラを守るための活動を支援 | |
| 販売生産者とのパートナーシップ | ● 産地から消費者への直送による輸送の最適化
● 地域の緑花事業 | |
| 社内での取り組み | ● 育種開発の期間短縮
● 自社生産の観葉植物の販売強化 | ● 園芸教室による正しい知識の普及
● 営業カタログを紙からデータへ |

FFC普及事業のSDGsに関する側面(例)

- | | |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 持続可能な農業 | ● 農業に頼らない農業をサポート
● 水を節約できる生産ができ、食料の増産に期待
● 植物のCO ₂ 吸収率向上が期待される
● 農地の地力回復に貢献できる |
| 持続可能な産業 | ● 水、環境を汚さない生産ができる
● 環境との両立ができる産業技術である
● 新しい付加価値を製品やサービスに付加できる
● 海洋環境を改善し、海洋資源の回復に貢献できる
● 人体への負荷が少ない生産が可能に
● 導入が簡単でノウハウがなくても使え、誰にでもメリットがある |
| 持続可能なまちづくり | ● インフラに容易に導入できる
● 使えば使うほど環境改善し、まち全体がきれいになる
● マイナス要素がないため、円満に普及できる
● 建造物や仕器の酸化や汚れを抑制し、維持管理に役立つ |
| 生きがいや社会参加 | ● バイロゲンなどの食品が健康な生活をサポート
● フィランソはエイジレスな活動ができ生きがいを提供
● フィランソは性別や年齢を問わずにできるソーシャルビジネスである
● FFCは応用範囲が広大なので、勉強すればするほど社会の役に立つ |



一人の健康から地球の未来まで