



ビーズ株式会社

プレスリリース：2026年03月24日

室内園芸をインテリア文化へ。新ブランド「APNL」誕生。

アウトドアブランド「DOD®（ディーオーディー）」やゲーミング家具ブランド「Bauhutte®（バウヒュッテ）」などを手がけるビーズ株式会社（本社：大阪府東大阪市、代表取締役：大上響）は、室内園芸をインテリア文化へと拡張する新ブランド「APNL（アプネラ）」をローンチしました。



コンセプト：育てる時間を、かざる

仕事終わり、ふと植物に目をやる。
その数分間、気持ちを整えてくれる時間になる
ことがあります。

しかし、ふとした瞬間に、
ケア用品だけが空間に馴染まないという違和感を
覚えたことはないでしょうか。

APNLは、植物を美しく育てるための道具ではな
く、植物と向き合う「時間そのもの」を整えるた
めのブランドです。

■ 背景：室内園芸は「趣味」から「空間体験」へ

近年、アガベやハオルチア、塊根植物などを中心に、植物をインテリアの主役として楽しむ室内園芸が広がっています。

空間に植物を取り入れることで、
視覚的な美しさだけでなく、心を整える存在としての価値も見直されつつあります。

一方で、その時間を支えるはずのケア用品は、
いまだ「作業のための道具」に留まっているのが現状です。

空間は整っているのに、時間は整っていない。
そのわずかな違和感が、日常の体験を分断してしまっているのではないかと感じました。

■ブランド概要：道具ではなく「時間」を整える

APNLは、植物ケア用品を単なる実用品ではなく、インテリアプロダクトとして再定義します。

黒を基調としたミニマルな造形は、光と影のコントラストを生み、植物とともに空間へ静かな存在感をもたらします。

手に取る、置く、使う――

その一連の所作までもが、空間の一部として成立するよう設計しています。

植物と向き合う時間が、日常の中の「静かな贅沢」へと変わることを目指します。

■今後の展望

APNLでは今後、インテリアとして成立する園芸ツールやディスプレイ製品など、植物と暮らす「空間」と「時間」をトータルに設計するプロダクトを展開していきます。

室内園芸を、単なる趣味に留めない。

心を満たす一つの「文化」として、新たなライフスタイルを提案してまいります。



【ブランド情報】

■ブランドページ：<https://www.apnl.jp/>

■公式Instagram：https://www.instagram.com/apnl_official/

製品のお貸出やコラボレーションなど、
APNLの世界観をともに広げる取り組みにつきましては、
[お問い合わせフォーム](#)よりご連絡ください。

当プレスリリースURL

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000286.000091052.html>

ビーズ株式会社のプレスリリース一覧

https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/91052