



ビーズ株式会社

プレスリリース：2026年04月22日

室内園芸を“インテリア体験”へ。APNL、液体肥料・活力剤6製品を本日発売

近年、室内園芸は“育てる”から“飾る”へと変化しています。

アウトドアブランド「DOD」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は、室内園芸を“インテリア体験”へと昇華させるブランド「APNL（アプネラ）」より、植物の状態を「整える」ために設計された液体肥料・活力剤6製品を本日2026/04/22より発売いたします。



ステートメント

植物を、無理に変えるのではなく、整えていく。

栄養を与えることは、
従来、“成長させるための行為”として語られてきました。

しかしAPNLは、
その行為の意味を、少しだけ書き換えます。

過剰に伸ばすのではなく、
不足を埋めるのでもない。

輪郭を崩さず、
その植物らしさを保ちながら整えていく。

それが、APNLの考えるケアです。

ブランド背景

APNLは、植物と向き合う時間を
単なる作業ではなく、ひとつの体験として再設計するブランドです。

従来の園芸資材とは一線を画し、
化粧品のような佇まいと、空間に溶け込むデザインを備えています。

“育てる時間を、かざる。”
その思想のもと、製品は設計されています。

製品ラインナップ（6製品）



■ハオルチア向け

[Haofolia（ハオフォリア） / AP-06-BK](#)

- ・葉から整える、葉面散布用ミスト活力剤

[Haoradix（ハオラディクス） / AP-05-BK](#)

- ・根から支える、低窒素設計の液体肥料



■アガベ向け

[Sierra Gleam \(シエラグリーム\) / AP-04-BK](#)

- ・密度ある造形の維持をサポートする活力剤

[Tlamani Root \(トラマニルート\) / AP-03-BK](#)

- ・輪郭を保つことを目的に設計された液体肥料



■植物全般向け

[Elinure \(エリニュール\) / AP-02-BK](#)

- ・環境変化に寄り添い、全体のバランスを整えることを目的とした活力剤

[Enébaute \(エナボーテ\) / AP-01-BK](#)

- ・日常のケアに溶け込む、ベースとなる液体肥料

製品特長

■希釈不要のストレート設計

すべての製品は希釈不要。

そのまま使用できるため、日常のケアに自然と溶け込みます。

手間を省くためではなく、思考を挟まず、そのまま手が動くように。

■“量”ではなく“状態”に合わせる設計

鉢サイズや規定量に縛られるのではなく、植物の状態に応じて必要な分だけ。

植物と目が合ったその瞬間に、
静かに一滴。

ケアは「作業」ではなく、
いつしか、それは対話のようなものへと変わっていきます。

■空間に溶け込むプロダクトデザイン

黒を基調とした静かな佇まい。
それは道具ではなく、空間の一部として存在します。

開発背景

室内園芸の広がりとともに、
植物は「育てる対象」から「飾る存在」へと変化しています。

しかし、その裏側にあるケアは、
いまだに“作業”として扱われている。

APNLはその違和感に着目しました。

ケアという行為すら、
空間の美しさを構成する一部へ。

その違和感から、本製品群は設計されました。

■ブランドについて | APNL



APNLは、室内園芸を“育てる行為”から“空間体験”へと再定義するブランドです。

■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/000000312.000091052.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