



オランダ国際球根協会ニュースレター 2010年03月号 VOL.012

CONTENTS

オランダ・キューケンホフ公園、シーズンイン！

「21世紀の公園とガーデニング」セミナー開催しました

オランダのプロモーションを学ぶ ~ JELFA セミナー~ (2月26日)

各地のトレードフェアに出展しました(東京FAJ・愛知・豊明でのJFIトレードフェア/東京・砦花き)

クリザールから切り花チューリップ用の鮮度保持剤が発売

春物アイテムとしての球根鉢植え商品チューリップ : 園芸産品評議会(PT)による調査
春はすぐそこ!オランダ大使館の「ジャクリーン v.d クルット・ガーデン」の今の様子

CONTENTS



キューケンホフ公園、シーズンイン！

2010年のキューケンホフのテーマ「ロシアから愛をこめて From Russia with Love」。2010年はオランダとロシアの歴史的なつながりを記念してロシアにちなんだイベントや装飾を予定しています。その年のテーマにそって作られる花のカーペットも注目。すでに昨年10月に植栽式が行われ、開園中に見られる色とりどりの花で描かれた21mx12mの花のカーペットで、モスクワの赤の広場にある、聖ワシリー寺院が再現されます(画像)。

オラニエ・ナッソー・パビリオン

3月19日～23日：アマリリス、フリージア、チューリップ

3月25日～30日：菊

4月01日～06日：バラ

4月08日～13日：ガーベラ

4月15日～20日：アスター、リモネウム、ブバルディア、

セントポーリア、カランコエ

4月22日～27日：水仙、その他希少種

4月29日～5月5日：アスルトロメリア、アイリス、

トルコギキョウ、スイートピー

5月7日～16日：カラー、シャクヤク、

カーネ、切花アジサイ、夏の花



ベアトリクス・パビリオン

3月18日～5月16日：蘭、アンズリウム、ブルメリア

ウィレム・アレクサンダー・パビリオン

3月18日～30日：ヒヤシンス

3月18日～4月27日：チューリップ、水仙

3月18日～5月16日：鉢植え、ペゴニア、シクラメン

5月6日～16日：ゆり（世界最大のゆりのショー）

パビリオンの特別イベント

チューリップ祭：3月18日～21日

ロシアの週末と夏の球根市：4月16日～18日

蘭の週末：4月17日～18日

世界最大のユリのショー：5月6日～16日

<http://www.holland.or.jp/nbt/Keukenhof/k02.htm>

春のフラワーパレードは、4月24日(土)

ノールドワイクからハーレムまで全長5kmで行われる春のフラワー・パレード(「コルソ」)は、4月24日に行われる。2010年の山車の飾りつけのテーマは「ヨーロッパを旅する」。www.bloemencorso.info (英語)

「21世紀の公園とガーデニング」セミナー開催しました

2月15日、16日に東京で、また、18日には大阪でIBCセミナー「21世紀の公園とガーデニング」を開催しました。講師は、ガーデンデザイナーのジャクリン・ファン・デル・クルトさんとIBC本部テクニカルマネージャーのフランス・ローゼンさんのお二人。球根植物の園芸史、植生、栽培に関する特性や管理方法、デザインの考え方まで画像を使った豊富な事例を交えてお話があり、一日の講演があっという間に感じられる充実した内容でした。最後は受講者全員に修了証が手渡されました。



IBCのガーデニングバインダーがウェブにアップされました

<http://www.p.rod.bulbsonline.org/ibc/jp/professional/inspiration.isf/Inspiration/1-2-3-it-s-spring-1/Landscapingmap.html>

パソコン上にダウンロードして見ることもできます。ウェブ上のバインダーには印刷実物に入っていない情報が追加されています。気候地帯とそれらに相性の良い植物のリスト。一番最後のチャプター(#6-4)です。IBCが調査した気候地帯別の多年草栽培可能な球根の貴重なリストで応用できるようになっています。

<http://video.bulbsonline.org/emag/HOVJP/flash.html#/1/>



ガーデンバインダーの実物(ハードカバー付き)を購入希望の方はIBCまでお問い合わせください。

オランダのプロモーションを学ぶ ～ JELFA セミナー～



ヘンク・ウェスターホフ会長

2月26日 JELFA セミナー2010 では、Anthos（オランダ王国花き球根・苗木貿易協会）の会長 Henk Westerhof（ヘンク・ウェスターホフ）氏を講師に「球根および球根花きのパワーはどこから来るのか」と題した講演がおこなわれました。JELFA は、日本の花き業界全体で進めようとしている消費拡大戦略の具体的な進め方について、1世紀にわたるオランダの花き産業の取り組みからヒント得ようとするこのセミナーを企画しました。会場には生産者・流通・小売店など100名以上もの参加者が集まりました。

2時間に及ぶ講演の前半は Anthos の歴史と活動目的、現在取り扱う事業内容の説明と、世界の花き・球根の産業状況と統計をふまえた一般向けプロ向けなど地域別の消費拡大策の解説があり、後半は JELFA からの3つの質問に答える形でプロモーション事例の説明がありました。

- ・ プロモーション費用はどのようにしているか？
- ・ 花き産業をサポートするための活動として重要なポイントは何か？
- ・ どのように花の消費を伸ばすためのプロモーションを行っているか？

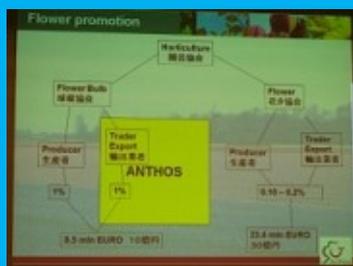
お話の中で、最も多くの関心が寄せられたのは、「スカンジナビア方式」による資金調達および PR 活動（Trade 卸売業者、Forcers 生産者、IBC オランダ国際球根協会との連携）でした。日本でもすでに「業界全体の連携をどう進めるか」が大きな課題になっています。重要な参考事例としてスカンジナビアで展開されたチューリップのキャンペーンについて詳しく説明していただきました。

スカンジナビア ボランティアシステム（スカンジナビア方式）:

IBC 本部からスカンジナビア諸国へ拠出される予算は日本とほぼ同じです。しかし、スカンジナビア諸国では、この予算に上乗せするために、別の方法でチューリップ切花 PR のための予算を作ることになりました。これがスカンジナビア方式です。

IBC が使う予算はオランダの生産者や市場などが払う業界税で、PT 経由で IBC が受け取っていますが、スカンジナビア方式はこの予算とは別に、PT を通さない独自の基金（予算）です。オランダ、スカンジナビアの球根売買関係者の同意で集められた「自発的な出資金」といえるでしょう。オランダの輸出会社が 0.5%、スカンジナビアの輸入会社（生産者）が 0.5%、合計で 1% を Anthos が請求書の合計に上乗せして徴収し管理しています。（ただし、スカンジナビア方式プロモーションに参加するスカンジナビアの企業の市場占有率が 8.5% 以上であることが必要です）。このスカンジナビア方式はチューリップ球根の売買に関してのみ課税され、基金（予算）の使用もチューリップ販売 PR に特化されています。

このスカンジナビア方式でプロモーション予算を大きくしたことは、それ以上に大きな効果を生んだようです。この事例を参考にして日本でも同様な動きが見られるのか、今後が注目されます。



各地のトレードフェアに出展しました（東京 FAJ・愛知・豊明での JFI トレードフェア / 東京・砧花き）



クリザールから切り花チューリップ用の鮮度保持剤が発売



【花卉園芸新聞 3 月 15 日の記事】『クリザールジャパン(株)は、チューリップの茎の伸びを抑制する生産者用の専用前処理剤「クリザールBVBエクストラ」を発売。この前処理剤で前処理を行うと花首の伸長を抑制し、首だれや葉の黄化などを防止できる。品種にもよるが、ユリ咲き系のものが少し伸びる程度で、ほとんどの品種では茎の伸びは全く気にならない程度になる。また、余分なエネルギーを消費しないため、未処理のものよりも花姿を美しく保つことができる。さらに、消費者が楽しむ段階で同社の専用鮮度保持剤「チューリップ用小袋」を使用すれば、花持ちはさらによくなる。使いやすい500mlボトルでの販売で前処理にかかるコストは1本あたり1円程度とのこと』左の画像は、昨年IBCで簡易テストしたようす。活けてから7日後、右はBVB剤を使用。 <http://www.chrysal.jp/>

春物アイテムとしての球根鉢植え商品チューリップ：園芸産品評議会 市場調査部（PT）による調査【専門誌 De Bloembollenvisie 28 jan.2010 の記事から】

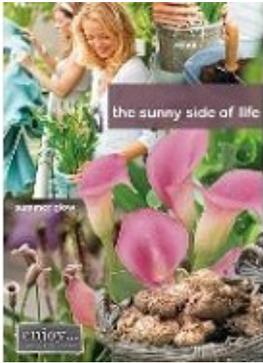
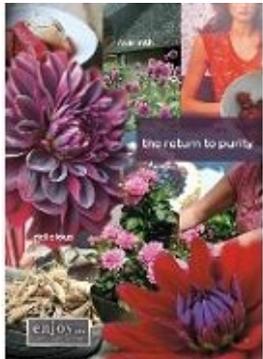
オランダのスーパーマーケット、フローリスト、ガーデンセンターのバイヤーは、春咲き球根鉢植え商品には「春物商品」としての良い感触を持っています。いかにも春をつれてくるという雰囲気を持った商品という位置づけです。それに比べ、今ひとつ盛り上がらないのが、夏咲き球根の鉢植え商品。そこで、このたび、オランダの花き園芸業界の団体である園芸産品評議会（オランダでの通称 PT）の調査が行われました。



【 販売時期と重要とのマッチング 】

毎年1月、クリスマス商戦が終了しガーデン商品の閑散期とも言えるシーズンに、春咲き球根の鉢植え商品が出回り始めます。主に、スイセン、ヒヤシンス、ムスカリが多いのですが、クロッカス、ミニアイリス、アネモネなども人気です。ここ数年、春咲き球根鉢植え商品の展開には目覚ましいものがあります。

前述のスーパーマーケット、フローリスト小売店、ガーデンセンターでは、この時期バッテ



イングする商品も少なく、なんとと言っても家の中での需要中心（インドア、インテリアとしての球根花）で、春を一足先に楽しむ商品としての人気が高い。

それに続き、2月下旬あたりからは、庭用、花壇用（アウトドアユース）としての「春咲き球根寄せ植え商品」が出回ってくる。零下がつづく厳しい寒さも一段落したころ、秋に球根を植え忘れたユーザーに、再度チャンスをとというコンセプトである。オランダ球根協会のキャッチコピー、「1.2.3...スプリング・イン・ザ・ガーデン」は、まさにぴったり。

しかしながら、タイミングと需要とがマッチした春咲き球根鉢植えと比べ、今ひとつテンポがあがらないのが夏咲き球根鉢植え商品です。ガーデニングシーズン展開期でもあり、一般の一年草の花壇苗や宿根草とのバッティングには厳しいものがあるというのが主な理由。

【 チューリップの鉢植え 苦戦 観賞機関が短かすぎる 】

スーパーマーケットでは商品チョイスをヒヤシンス、スイセン、ムスカリ、アマリリスに絞っている傾向にあります。これに対してガーデンセンターでは、クロッカス、フリチラリア、オーニソガラム、スノードロップと多種多様に揃えているのが特色で、フローリスト小売店はその中間と言った具合です。

アマリリス商品についても調査が行われましたが、根強い人気を保ち、値段も求めやすくなっているものの、販売形態が球のみのバラ売り状態か、鉢植えとしての状態と変化応用がなく、スーパーマーケットでの取扱量は減っているといえます。ここにきて、なにかしら新しいアイデアの展開が期待されます。

しかし、それよりも苦戦を強いられているのが、チューリップの鉢植え。理由も明らかで、鉢植えの状態だと開花まであとという間に進んでしまい、「観賞期間が短い」ということがあげられます。また、なんとと言っても店頭にあふれんばかりの切り花チューリップとの競合バッティングが痛いところ。消費者は時には「鉢物より長く楽しめる切り花」を選びがちという。

【 トータルコンセプト 流通経路別の戦略的なプロモーションを 】

調査結果は、球根鉢植え生産者にとって、今後の展開について考えることも多くありました。

販売経路別に見ると、スーパーマーケットは新しい品種等についてのノウハウが少ないように思われ、新品種のカatalog作成などのプロモーションが期待されます。

これに対し、市場などで自ら買付けを行うガーデンセンターやフローリスト小売店は値段に関して敏感。新品種の導入、色あい、プレゼンテーションの方法などに打開策を見いだそうとしています。また、新品種も、差し込み式のラベルだけでは不十分で、ポスターや売り場のプレゼンテーションなど、トータルコンセプトでの展開が必要となってきています。また、普通のプラスチック入り商品ではなく、化粧鉢入りや寄せ植えがなされた、いわゆる完成品に焦点が集まっています。これらは、自宅使用、プレゼント用アイテムとして、販売の拡大が期待されます。また、価格の面でも、プラポット入りの商品に比べ、高めに設定できる点も忘れてはなりません。

【 春咲き商品の人気 】

園芸産品評議会（PT）のまとめたレポートでは、今後、いっそう新品種の展開や品質の改善、アレンジ物としての付加価値の増加が進んでいくのであれば、春咲き球根鉢物商品の将来は明るいとポジティブな見方をしています。このレポートは評議会へ申し込めば手に入るとい

うことで、勉強熱心な小売店、販売ルートへ提供されています。



夏咲き球根を楽しもう

【 夏咲き商品：新しい訴求方法（ニューインパルス）の必要性 】

好調の春咲き球根鉢植え商品と対比的に、苦戦が強いられている夏咲き球根植物の鉢物商品ですが、その対応も忘れられているわけではありません。

ザンテデシア（カラー）、カンナ、ダリア、オーニソガラムなどが対象球根となりますが、原因はまず悪条件が重なっていること。

- 市場に出回る時期が一年草や開花時期の宿根草と重なる。
- 「春の使者」といったような、はっきりとしたアイデンティティに欠ける。
- 売り手と買い手の両方の夏咲き球根のノウハウの欠如（上記の球根）。
- 咲き終わりが早い。
- 屋内アイテムなのか庭用アイテムなのかはっきりしない。
- 値段設定が難しい。

I B C 提唱のプロモーション「1.2.3.スプリング・イン・ザ・ガーデン」の延長として「1.2.3.サマー・イン・ザ・ガーデン」が考えられます。また、これと並んで、園芸産品評議会（PT）では2009年12月から2010年4月末にかけて、オランダ、ドイツ、フランス、イギリスの各国で、「球根鉢植え商品」に関する消費者アンケートを行いました。内容は、購買サイクル、値段、用途などで、結果に基づき将来の購買層や販売経路の分析が行われる予定。

最後に、生産者側にも夏咲き球根のプロモーションに役かってもらう必要があります。幅広い品種の供給や、知名度アピール、商品プロモーションのアイデアなどセールスにつなげる道はあると期待されます。

参考サイト：オランダの Present Garden BV という会社のサイトです。球根鉢植え商品（bulbs in pot）の会社。オランダ語しかありませんが、デザインする際の参考に。 <http://www.bloembollen-op-pot.nl/>

春はすぐそこ！ オランダ大使館の「ジャクリーン v.d クルート・ガーデン」の今の様子 撮影：中島清一氏



そろそろ桜の話題がちらほらと聞こえてくるころになりました。あちこちのお庭の球根花が気になってしかたないです！

オランダ国際球根協会ニュースレター第012号 発行：オランダ国際球根協会
HP：<http://www.kyukon.org/> メールアドレス ibc@aurorajp.com