

今月のコラム

## エディブルフラワー（食用花）について

横浜植木株式会社 坂井清志  
(k.sakai@yokohamaueki.co.jp)

「エディブルフラワー」について、ご存じですか？

弊社・横浜植木(株)が設立120年を迎えた昨年、業容拡大を目指し、新規事業を立ち上げるべく「事業開発部」を新設しました。何をやるか、ああでもないこうでもない意見交換した際、「食べられる花（エディブルフラワー）」という単語が浮かび上がってきました。

実は、私はその時初めてエディブルフラワーという単語を知りました。エディブルフラワーは特別な花の品種ではなく、無農薬で栽培した花のこと。

調べると、ホテル等は既に料理で使用しているものの、市場→納入業者（八百屋）経由なので、「欲しいアイテムが、欲しい数量確保できるか分からない」、他方、生産者に何うと、「誰が何時幾らで幾つ買い上げてくれるか分からないので、栽培がままならない」と、双方に問題を抱えていることが判明しました。

その上で、横浜市「市花」が薔薇であることに着目し、テストマーケティングの観点から、横浜高島屋様に「地元銘菓店に薔薇を使ったスイーツを創作していただき、催事販売する」との企画を提案したところ、逆に横浜植木で取りまとめられないかとの打診がありました。そこで弊社で作った無農薬栽培の薔薇のシロップ漬けを地元銘菓店等に提供し、かをり商事(株)さんに「ローズレーズンサンド」(ローズウォーター・乾燥薔薇を使用)等新商品を開発していただき、5月9日から1週間、催事販売をしたところ、ローズレーズンサンドは約3日間で1,200個が完売するなど、大変好評を得るに至りました。

新しい素材が新商品開発を促し、新しい需要喚起に結び付いた事例と考えられます。

弊社では現在事業化に向け、全国の無農薬栽培者とネットワークを作り、ホテル・外食企業様へ食べられる薔薇の生花・粉末・シロップ漬け等の供給システム作りにも努めております。

園芸愛好家のライフスタイルに合致した、薔薇を使ったチョココレート・クッキー等スイーツ作りに携わって行きたいと思っておりますので、全国の薔薇園等の皆様で食用薔薇を使ったオリジナルスイーツにご関心がある方は、是非ご一報下さいませようお願い申し上げます。




**ROSE Sweet Rose**  
EDIBLE FLOWER & CONFECT

期間限定ショップ  
ばら色のスイーツたち

5月9日(水)→5月15日(火) 7F ゴフトサロン  
【薔薇のラウンジ】

			
ローズの糖 ¥2,380	ローズ-150ml ¥1,580	ローズサンド ¥980	ローズ糖 ¥1,100
	ローズクッキー ¥880	ローズサンド ¥1,680	

5/12(土)・13(日) デイスタッキングサービス 【12:00-14:00】

## 「フロリアードツアー」記

(株)JA東海グリーン 前田 悟



平成24年6月30日から7月6日の日程で米村浩次先生を団長として総勢36名の参加があった。

ソウルで合流しフランクフルト経由でフロリアード開催地、オランダのフェンローへ向かった。メンバーは全国から切り花、鉢物、植木の生産や育種業、問屋流通業、ランドスケープ、デザイナー、園芸研究家、販促企画、出版、報道関係と多彩な編成であった。ヨーロッパもリーマンショック以降、日本



フロリアードのボーダーガーデン

同様厳しい状況にある。そうした中、今回見学したガーデンセンターはいずれも地域密着、顧客満足をモットーとし、信頼をとる地道な努力を行い、リピーターをもつことで安定経営を目指していた。新しいガーデンデザインの潮流がナチュラル・シンプルといった方向にある。また、やさい関連の品揃えが強化されどこもスペース拡大の傾向にある。特に初心者向けお手軽栽培キット等や環境面に配慮したオーガニック関連商品が気になった。

今回、売店はフロリアードと英国ウィズレー2店舗、ガーデンセンターはオランダのイントラタンとベルギーのグローエントツカーの2店舗の4店舗を視察した。

フロリアードの売店は初心者向けのもが主体であった。

ウィズレー王立植物園のガーデンセンターは初夏である

が植物の種類も多く宿根草をはじめ便利で機能的な資材も品揃えされ初心者からマニアまで対象とした売場だが以前よりアイテムの減少が残念である。ここでも、野菜苗や関連資材のデザイン的にも楽しく便利なものが多くあり、以前からの探しものを入手できた。

イントラタン、グローエントツカーとも地域の生活スタイルに合わせた商品構成に変化させ顧客満足度アップでリピーター固定客づくりを行っている姿勢が素晴らしく、売場に特長として表れていた。

最近はどこも切花、カフェテリアが設置され必須コーナーになっている。

切花はアレンジメントサービスが行われ買い回り終了後持ち帰る。

カフェテリアはくつろぎの場として素晴らしい。

また、室内(インドア)・屋外(アウトドア)の植物を温度管理によって売場区分がされ全天候型は完璧である。

花壇苗・宿根草・果樹苗等は大型のポット仕立てが多くお値打ち



キッズ用の野菜栽培キットが充実している



カエデ  
kaede

ガーデンを考える会

で失敗の少ない規格での販売は見習うべき点である。

グローエデツカーは創業25年の郊外型、客層はバラエティーに富んでおりリピーターが経営の安定となるため従業員教育を徹底し顧客満足度向上と従業員のモチベーションを上げる地道な努力を常に行っているのは素晴らしく、世界中どこでも基本は同じだと再認識できた。



オーガニックがうたい文句の用土売り場、  
わかりやすく用途別に売られている



充実したカフェテリア、カウンターも大きい



寄せ植えカウンター



ドライブインでの切花売り場



植物と鉢が並べられている小売り店内



エスパリア仕立て等も多い、スタイリッシュグリーンコーナー



早く楽しめるよう、また失敗が少なくなるように、大きいポットの宿根草苗・野菜苗が充実している



カエデ  
kaede



## この春を振り返って

北越農事(株)営業第二部 部長 坂田 渉



2012年春が終わり、秋・冬商戦に向け、またすでに来春を睨んだ戦略を立てられている時期と思います。この春を振り返ってみたことを少しお話ししたいと思います。

今年の春は今まで以上に寒い春でした。

そんな中、私、体調を崩し約1か月間入院をしており、状況をあまり把握していないと言うところが本音です。その中で体が第一。部下及び関係生産者の成長なくしてこの春は乗り越えられなかったと感じております。

年々業界自身がシュリンクしている中、我々に何ができるのか、また、何をしなければならないのか。それをしっかり方向づけられた企業が今の世で生き残れると思います。

その為に、社員の教育。生産者への意識改革を長年行ってきて、今年体を悪くしたことで今まで行ってきたことが皆初めて理解し実行できたものと感じております。

私自身もまだ若手?ではありますがどのカテゴリー（メーカー、問屋、小売店）でも人材不足は今後10年を見据えた中で大変大きな問題です。

ガーデンセンター誌2012年今年のキーワードでも書きましたが、『会話力』を実践できたところが勝ち組となれる気がしてなりません。

今年特に目にしたものの、また感じたことで『選べない消費者』というキーワードがあります。その中で消費者に訴えかける売り場づくりをいかに一緒に取り組めるかが私の属する企業のこれからの向かうべき姿だと確信しております。

年々忙しさに輪がかかり、体的にも非常にキツイ状況ですが、とにかく体が資本！自分の体としっかり向き合いながらこの業界の発展を支えて行く一人として邁進していきたいと思っております。

## 会員紹介

### 協和(株)ハイポニカ事業部

「ハイポニカ®」は約半世紀にわたり、日本の農業と歩んできました。その栽培技術をご家庭でも気軽に水耕を楽しんでいただけるホームハイポニカ（水耕栽培キット）を販売しています。植物の能力を最大限に引き出す栽培方法であるハイポニカでは、一粒の種から一万数千個の実のなる巨木トマトの栽培が可能です。（右写真参照）

ホームハイポニカでは、これほど大きくは成りませんが、ミニトマトで800個位の実をつけます。（当社実績：601型・温室内栽培）



また、標準の「ハイポニカ液肥」は、植物に必要な養分をバランスよく配合しており、同じ肥料で花・野菜・果物など多くの種類に使用することができます。水耕だけではなく、土栽培にも使えます。最近の当社の試みとして大阪府高槻市の教育委員会の協賛のもと、市内の小学校8校にキットを寄贈し、『命の学習』の生きた教材として役立てていただいています。



〒569-0062 大阪府高槻市下田部町1-1-5  
TEL:072-674-1161 FAX:072-674-1191  
<http://www.kyowajpn.co.jp/hyponica/>