

今月のコラム

園芸ビジネス雑感

芳樹園 石川昇二郎



私の会社は、新潟市で園芸資材、植物の卸売、造園設計施工、グリーンレンタル、フラワーショップなどを経営しております。業務内容に一見共通性がありそうですが実は事業部門ごとにトレンドやブームがあり、業績も好、不調がそれぞれあります…。では、マクロ的に業界全体の動向を鑑みると、特に園芸消費の停滞が大きな課題と言えると思います。このコラムが掲載される頃は消費税8%へ移行後の影響もそろそろ検証できるころでしょうが、いかんともしがたいデフレ経済、政策、為替変動などを憂いだけではなく、今こそ消費者の視点での商品、サービスをどのように企画提案するかが問われていると感じます。

単純戦略ではなく高等戦略が必要

売り上げを伸ばすには「数量×単価＝売上」どう工夫するかで決まりますが、①来店サイクルの短縮②商品の回転率を上げる③新規顧客を増やす④失客させない⑤単価を上げる⑥抱き合わせ販売⑦リピートさせ続ける。の①～⑦のどの部分を努力するのか今一度分析し努力する必要があります。

例えば、③の新規顧客を業界に取り込みたいのであれば今までと違ったターゲットに向かってみることも面白いかもしれません(教育分野、防犯、防災など)。⑦のリピートについては、販売した植物のメンテナンスや下取りなどのサービス、寄せ植えのリメイクなどのアイデアもいかがでしょうか？

旧聞で恐縮ですが、昨年のクリスマスにたった一枚の張り紙だけでイチゴの売り上げを3倍伸ばしたスーパーがあったそうです。イチゴと生クリーム、やわらかいチョコレートを使って小さな「いちごサンタ」を作る方法を紹介したそうです。

同じ植物、機能、または楽しみや感動を、単純に価格を下げて販売数量を増やす方法では業界全体で④の失客につながると思います。

顧客育成・人材育成

ガーデン・フラワービジネスに携わる我々は、潜在的な需要を発掘し、業界の大切なお客様として育てていく使命感を持つことで将来の発展があるのではないのでしょうか。言い換えれば植物とかかわることで感じることのできる「ワクワク感」「心の安らぎ、幸福感」を消費者に伝えることです。そうすれば、初心者のガーデナーもあっという間にセミプロクラスになります。(セミプロクラスのガーデナーは消費金額が大きいのです)お客様、消費者を花と緑の信者に育成するのです。

消費者を花と緑の信者にするには「伝道師」養成が必要です。プロの立場で消費者を信者に育て上げられる力量をつけなければなりません。私自身もそうありたいと思います。

最後に、震災で大変な生活をされておられる方もまだおられます、そして、これから我が国はますます少子高齢化が進みます。国民が花と緑を通して健康で心豊かな生活が送れるよう、本当に微力ながら私自身も仕事を通じて努力したいと思います。



ガーデンを考える会総会記念セミナー

佐分利応貴氏、森川裕氏を迎え、 5月27日、東京で

NPOガーデンを考える会では、5月27日午後の通常総会開催後、記念セミナーを開催することになり、参加者を募集している。

今回のセミナーは、京都大学准教授の佐分利応貴氏による『花き園芸業界のイノベーション、その具体策は?』と、セキスイエクステリア(株)第三営業部部長 森川裕氏による『アウトドアリビングと暮らす。』の2題。

佐分利氏は、「花き園芸業界を活性化させるための処方箋、フラワーバレンタイン推進活動をはじめとする具体的な事例と、花き園芸業界のイノベーションのヒントを紹介。植物の効用、花育、屋内緑化推進協議会の活動など」となっている。

森川氏は、「都心部狭小地の限られた土地条件の中で、積極的な庭作りを行う“アウトドアリビング”というアイデア手法について、アウトドアリビング作りに必要なポイントの説明と実例写真の紹介」となっている。

参加費はセミナー2000円、その後の懇親会3000円。(会員は1名無料)

申込み、問合せは、ガーデンを考える会事務局 (TEL:052-571-7911) まで。



佐分利応貴氏



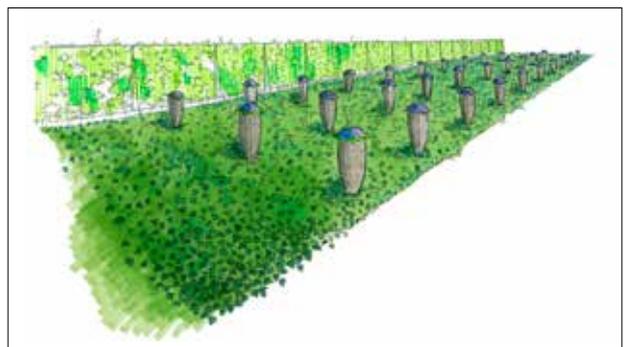
森川裕氏

「花と緑でおもてなし」五輪プロジェクトに参加

『スタンディング コンテナ ガーデン』

「花と緑のおもてなし」プロジェクトの花壇づくり「修景花壇」に参加いたします。東京・お台場のヴィーナースポーツ周辺を散策される方々に、目を引くようなデザインと耐暑性を考慮した設計を致しました。

間口20m×奥行4mのスペースを少しでも魅力的に見せるには、立体的な意匠は欠かせません。平坦な地面に花苗だけを植えてゆくと、どうしても単調になります。そこで大ぶりのポット30個(直径42cm、高さ72cm)をメイン造形として華やかにTopのプランターを飾ります。プランターの周りは一見地味かもしれませんが、「サツマイモの葉」で面積を埋めます。これは、設営期間が6月から9月末までと長く、耐暑性も求められることもあっての選定です。徐々にですが、サツマイモの葉が面として埋まっていく成長変化も見られることでしょう。そして、背景はゴーヤの緑のカーテンとなります。モダンに整然と並んだプランターの周辺に、アグリカルチャー(農業)的なまとめ方を行ってみました。(セキスイエクステリア 森川 裕)





カエデ
kaede

浜名湖で花博と都市緑化フェア

6月15日まで開幕中!

平成16年に開催された国際浜名湖花博から10年一。「花と緑による感動をもう一度」という声を受けて、6月15日まではまつフラワーパークと浜名湖ガーデンパークで「浜名湖花博2014」が開催中だ。主催は浜名湖花博10周年記念事業・第31回全国都市緑化しずおかフェア実行委員会。来場目標は両会場をあわせて80万人の見込み。



写真の4月中旬には、チューリップや桜が満開。来場者の目を大いに楽しませた。期間中は途切れることなく花々が咲き乱れ、これからの季節は、バラや藤、花しょうぶなどが見ごろを迎える。

第12回 クリスマスローズの世界展

「匠の技」など多彩な展示イベントで賑わう

ビギナーからマニアまで幅広い人気のあるクリスマスローズを展示する「第12回クリスマスローズの世界展」が2月21～23日の3日間、サンシャインシティワールドインポートマートビル4階において開催された。

今回の見どころは、全国13のナーセリーによる「オリジナル交配」等の品種展示～プロフェッショナルが創る、花たちの集い～など。



クリスマスローズの基礎知識・原種展示コーナーでは写真パネルと「原種」を展示



「匠の技」では、苔玉風にしたり、クリスマスローズを引き立たせるための演出に凝ったり、切り花としての楽しみ方など様々

日本フラワー&ガーデンショウ

玉崎弘志氏と柳生真吾氏を迎え、生まれ変わる

第1回の開催以来、通算100万人を超える「第24回2014日本フラワー&ガーデンショウ」が3月21～23日の3日間、幕張メッセ国際展示場で開催され、期間中約3万736人が来場した。主催は(公社)日本家庭園芸普及協会。



中心のセントラルガーデンをから放射線状に出展ブースが広がる円形の会場レイアウト



若い女性が多数入場し、新たな予感も

今年は、ガーデンデザイナーの玉崎弘志氏、園芸家の柳生真吾氏のお二人を総合プロデューサーに迎え、「春一番! 最新! 最旬! 花空間」をショウコンセプトに、また「あなたの暮らしに花プラス」をショウテーマに開催。庭にもベランダにもオフィスにも、毎日の暮らしにプラスしたくなるような提案を盛り込んで展開し、テーマカラーの「イエロー」をふんだんに用いて、会場全体を春らしい元気なビタミンカラーで彩った。



想像できる売場を目指す

大和プラ販株式会社 吉村定貢



2013年4月にグランフロント大阪、最近では2014年3月にあべのハルカスと、大阪では大型商業施設が相次いで開業しています。販売店舗では地域初出店が多く、美術館や保育園まであったりと、様々趣向が凝らされています。

会社では営業・商品開発に携わっている私は、何かヒントがないかと、このような施設ができると、1度は足を運んでみることにしています。(混雑しているのが嫌なので少し間をおいてからですが…)

今回得られたヒントは「想像できる売場がある」ということです。グランフロント大阪には企業の体験型ショールームがたくさんあり、各企業の最新の技術や製品を見たり、触ったり、食べたりすることができます。そんな体験をすることによって、その製品が自分の側にある生活を想像できるんだなと感じました。

いくら機能、性能が優れ、デザインが良くても、自分たちの生活を便利に・豊かにしてくれる想像ができなくてはお客様には受け入れられません。

自社の強みだと思っていることを第三者に見せると「意味がわかりづらい」「ピンと来ない」という反応が返ってくる 경우가多くあります。会社や商品のことを買い手が売り手以上に知っていることはまずありません。そんな様々なお客様の気持ちをこちらに向けて「これならいいかも」と思ってもらうには、「お客様にとってどういいか」を伝える必要があります。

我々が活動する園芸業界のお客様ではプロ並みの知識を持った方や、これから始めるビギナーの方など、植物や関連資材に対する知識レベルに大きな差があります。

売場を見てみると、機能や効能を説明するPOPなどは多くありますが、その先の想像ができる売場展開は少ないように感じます。その商品・植物がどのような場面で使うことが最も効果的であるかを説明でき、想像できる売場作りをすることが、長年の園芸愛好家の新たな発見を生み、これから園芸を始めるビギナー層である次世代のガーデニングファンを増やしていくこととなります。

我々メーカーもお客様が想像できる売場を作るべく、店舗様への情報を発信し、互いの理解を深めていくことが大切なことだと考えています。



会員紹介

OSCO GARDEN JAPAN 新潟支店

弊社はオランダアールスメールの中にあるOSCO GARDEN BVの日本法人として平成19年5月に営業をスタートしました。当初はヨーロッパからの種苗の販売及び資材の販売、日本からの種苗の輸出を主な業務としておりましたが、平成25年4月より新潟支店を開設し国内販売強化を名目に生産地である新潟県の生産物を中心に販売をしております。またヨーロッパから来る種苗の全国展開や生産地の確保、種苗の流通等を行っております。

主な代理店業務をしている企業はイエリト社(宿根草種子) FUTURE PLANTS (宿根草ブリーダー)等々です。



Echinacea Vintage Wine

〒950-1477 新潟県新潟市南区田中 320 番地 1 TEL:025-211-8336