



CONTENTS

IBCの新しいパンフレットができました

プレスデーが行われ今年の取り組みを発表しました&オランダ大使館 ジャクリーンの庭 華やかに
来年に向けての新しいプロモーション「IBC チューリップセレクト2011」に13品種を選定

IBCのPOSマテリアル(今秋の球根ドライセールス用)

チューリップ 命名&洗礼の話 (日刊紙 テレグラフ紙 HPより)

オランダ産花き球根の日本への輸出条件改正が日蘭で合意

球根は1年草?それとも多年草? 球根を長く楽しむ方法

業界のサプライチェーンが連携しトップ商品をプロモート

球根とワインの共通点は?オランダで成功するワインショップに学ぶ消費者心理

さすが、オランダ! 球根植物を楽しむための教育ビデオ

160品種のゆりが見られる神戸花鳥園、5月中旬が見頃

CONTENTS

IBCの新しいパンフレットができました



IBC オランダ国際球根協会の活動について解説したパンフレットを新しく
つくりました。IBCは、オランダと各国をつなぐ「架け橋」となって、球根お
よび球根切り花の販売促進を国際規模で展開する機関です。私達の活動は主に
広報(PR=パブリック・リレーションズ)。パンフレットでは、PRする球根の
種類と利用される時期によって分けたC1 C5と呼ぶ5つのキャンペーンを紹
介しています。C1は、春咲き球根とポット植え(冬から春に展開)、C2は、球
根切り花(冬から春に展開)、C3は、夏咲き球根(春に展開)、C4は、球根切
り花(夏に展開)、C5が春咲き球根および庭植え(秋に展開)といった流れで
す。IBCは各地の展示会やセミナーでこのパンフレットを活用していきます。

プレスデーが行われ今年の取り組みを発表しました &オランダ大使館 ジャクリーンの庭 華やかに

4月5日(月) ちょうどイースターマンデーの日。オランダ大使館出島ラウンジにてプレス関係者を集めた
IBC プレスデーが開催されました。カーラ・ボーンストラ農務参事官にご挨拶をいただいた後、日本コーディネ
ーターのレン・オークメイトが昨年度の取り組みと今年に向けての計画を発表しました。また、フラワーデザイ
ナーの朝山和代、金藤公夫 両氏によるデモンストレーションも行われました。当日は生憎の雨でしたが、お昼
には大使公邸を含むジャクリーン ファン デル クルートさんのデザインした庭をめぐるミニツアーも行われ
ました。



挨拶に立ったレンさんはシャツとネクタイをパープルプリンスの色に合わせて登場。デモのテーマはフラワーバルブオブザイヤーのチューリップ「パープルプリンス」とイースター行事でした。朝山さんと金藤さんのデモはトレンド情報や資材の使い方も含めて話題豊富な内容でした。

IBC では、09 年度にさまざまな PR 活動を行い、生産者と小売店との架け橋となるよう努めてきました。

09 年は IBC ホームページを全面的にリニューアルし、日本国内向けサイトも作りしました。プロ向け、一般のかた向けにさまざまな情報を提供しています。素晴らしい品質の画像を用意したピクチャーサービスも活用していただけだと思います。まず、メールでお問い合わせください。

毎年フレッシュな話題を提供する「ミズ・リリー」。去年はこのプロモーションと連動する「ハッピー・マザー・トゥ・ビー」という女性向けギフトのキャンペーンを JFTD との共同で行いました。今年は、「ミズ・リリー」を JFTD 主催（IBC 協賛）で7月の「フラワードリーム 2010」に合わせて発表します。今年もお楽しみに！

09 年は、各地で行われた大小の展示会に出来る限り出展しました。今年も 10 月末の IFEX に JFTA および全国の生産者団体とでオールジャパンチームの出展を計画しています。

チューリップの切花については、3 年めになる販売プロジェクトを実施、今年は「エキナカ」「スーパーマーケット店頭」での販売に手応えを感じました。販売方法や専用什器も少しバージョンを変えたりしています。現在また、来年に向けて新たな計画を立てています。秋にドライ球根の実験販売も計画中。毎年選定する「フラワーバルブオブザイヤー」は 2010 年チューリップ「パープルプリンス」を選定。切り花、球根の両面で販売できる花です。さらに新品種のおすすめをまとめ、PR する「IBC チューリップセレクト」を新設します（後述）。

09 年シーズンに展示会や「球根サミット」などで PR を行った「花芽つき球根」は、インテリアとして楽しむことをより強調し、多くのお客様に知ってもらおう取り組みをする予定です。

球根ガーデニングについては、ジャクリーンさんを招いての国際セミナーを開催し東京・大阪で約 150 名の方に受講頂きました。今年も球根ガーデニングの新しい情報を提供します。また、マスメディア向けに球根ガーデニングを PR する「球根ギフトボックス」についても日本向けのオリジナルを用意する計画があります。

ジャクリーン・スタイル・ガーデン が見頃になりました （撮影：中島清一氏）



昨年未だに植えつけてから約 5 ヶ月、の冬から春にかけての天候不順にも負けずに見頃を迎えました。樹木の新芽の色にまで注意して色を合わせるジャクリーンスタイルは、見飽きることのない自然な魅力があります。

ジャクリーンスタイルの庭が、見頃を迎えています。昨年 12 月初めにジャクリーンの球根レシピに沿って球根をセレクトし植えつけました。見所は大きく分けて 4 ヶ所。大使館内のドライブウェイ、大使公邸のバラのボーダー、芝生、それに正面ゲート付近のプラントボックスです。「背の高い木々に覆われるドライブウェイでは、日陰でもよく育ち、多年草化する白、紫、ピンク、ブルーの特別な球根のミックス。花が終わった後に掘り起こす必要はありません。公邸の庭のローズボーダーでは、白、ピンクと濃い紫の品種のミックスです。選んだすべての種類を大きなパケ

ツに入れてミックスし、バラの間に撒き、植えつけました。大使公邸の芝生には白、ピンクと濃い紫のチューリップを選びました。サークルにでも芝生のボーダーに沿ってリボンのようにも植えることができます。サークルの場合は1サークルで約チューリップ300球、1,5×20m、2×15m、または、5×12mのリボンの場合は、1㎡でチューリップ約40球。プラントボックス(2~4ポット)はチューリップ2種50球ずつ用意してミックスしました。」(レシピより)

ジャクリーンのスタイルは一年草のようにしか扱われていない球根植物を宿根草として他の植物と合わせながら夢のような景色を作り出す新しいコンセプトのファンタジックな球根ガーデンです。球根の魅力をもっと引き出すことができるよう、2010年も引き続きジャクリーンやオランダの球根ガーデニングをご紹介していく予定です。

来年に向けての新しいプロモーション「IBC チューリップセレクト2011」に13品種を選定



IBC チューリップセレクト2011のなかから5品種紹介。左から、チャームングビューティ、フレミングフラッグ、クイーンズランド、トムプース、キャンディプリンス

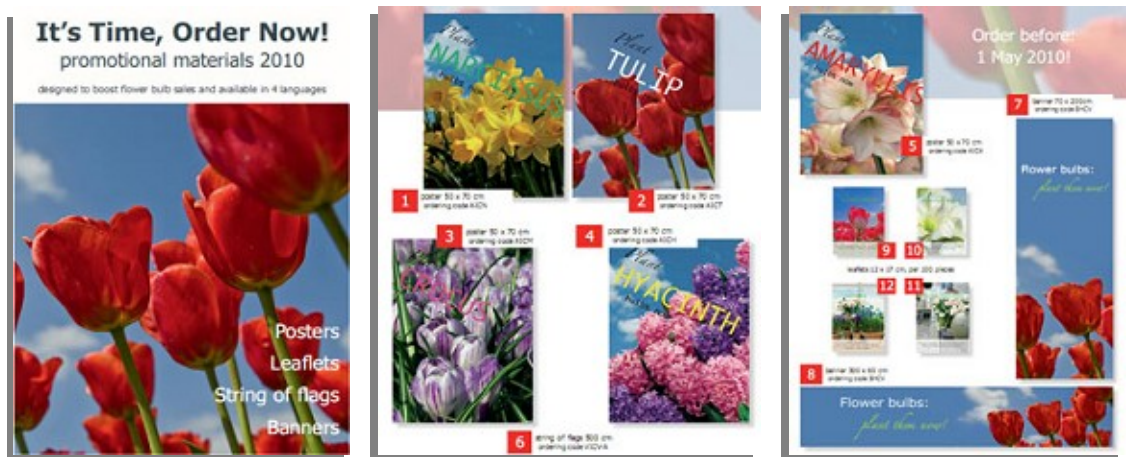
2011年のシーズンに向けての新しい提案、「IBC チューリップセレクト2011」に13品種を選定しました。毎年オランダで数多く発表される新品種を含め、話題性や新規性のある花などをピックアップして紹介するものです。HPやニュースレター、雑誌その他の媒体で発表していきます。生産者の方がこのリストから栽培品種を選ぶことで花をアピールするきっかけになることを期待しています。13品種は以下のとおりです。

1、Monte Orange モンテオレンジ 2、White Liberstar ホワイトリバースター 3、Tom Pouce トムプース 4、Daytona デイトナ 5、Candy Prince キャンディプリンス 6、Flashpoint フラッシュポイント 7、Armani アルマーニ 8、Queensland クイーンズランド 9、Charming beauty チャームングビューティ 10、White heart ホワイトハート 11、Flaming Flag フレミングフラッグ 12、Miss Elegance ミスエレガンス 13、Marit マリット。

IBCのPOSマテリアル(今秋の球根ドライセールス用など)がご注文いただけます

IBCのサイトのピクチャーサービスから内容をご覧ください。IBCサイトプロフェッショナルのページからウェブショップへどうぞ!

<http://www.prod.builtonline.org/ibc/jp/professional/index.jsf>



チューリップ 命名&洗礼の話 (日刊紙 テレグラフ紙 HPより)

今年のオランダは例年になく降雪が続き、寒さも一段と厳しい冬となりましたが、花屋の店頭にはチューリップが出回り、まだ遠い春を一足先に楽しむのがオランダ人。10本一束3ユーロ、2束で5ユーロと言った具合に、気軽に楽しめ、親しまれているチューリップ。毎年数多くの新品種が発表されますが、その名前をどう

決めているのか？有名人による命名&洗礼式の芸能ニュースも多い。今回はその中から2件をご紹介します。

1) チューリップ 「サリネロ」



1月21～24日にアムステルダムの見本市会場で 馬場馬術、障害馬術のイベントである“ジャンピング・アムステルダム”が開催されました。この会場で、オランダが誇るオリンピック金メダリスト アンキー ファン グルンスフェンの愛馬「サリネロ」の名前を取ったチューリップの命名式が行われました。「馬の名前をつけたチューリップというのも珍しいのでは」というアンキーのコメント。しかし、2000年のオリンピックで最初の金メダルを取った時の馬、「ボンファイヤー」はすでにアザレアに命名されている。

球根の冷蔵期間や温室での栽培期間が短いという新品种で、従来の品種に比べ開花までの栽培にかかるエネルギーコストを25%節約できるという点も最近の環境保全型栽培意識にぴったり。

イベント期間中、「ペインテッド・ブラック」に騎乗し、満員の観客席を魅了したアンキー。チューリップ サリネロも多くの人を楽しませることが期待される。

参考：アンキーさんと愛馬サリネロ（動画）<http://www.youtube.com/watch?v=MPJGEzI3alC>

2) チューリップ 「ハンス クロック」



オランダを代表するイリュージョニスト、ハンス クロック。昨年はラスベガスで、モデル女優の パメラ アンダーソンを助手にショーを行い、成功をおさめて話題になりました。そのイリュージョニストの名前をとったチューリップが2月19日に命名され、2月24～28日にかけて行われたホランド・フラワーフェスティバルの中のイベントでお目見え。オランダ北西部ウエスト・フリースランド地方の生徒達によるチューリップ栽培コンテストの一環です。コンテストでは一番美しいチューリップを咲かせた生徒が表彰されますが、その際にチューリップ「ハンス クロック」も展示されました。

参考：Hans Klokさんの動画はたくさん検索出来ます。<http://www.youtube.com/watch?v=1mtqGiBI01k>

オランダ産花き球根の日本への輸出条件改正が日蘭で合意

花き球根の日本への輸出条件が改正されました。これは花き球根の日本への輸出コストが下がることを意味しており、変更は早ければ今シーズンから適用されます。輸出条件となっている検査基準の改正と検査システム（ほ場検査回数）はオランダと日本の植物衛生局間で合意されました。日本の花き球根の輸入条件は他国に比べ厳しく、オランダ農業省によると単独の「クラスIジャパン」（通常のクラスIとは別に）は今後も継続されます。

本合意により植物ウィルス病の国内侵入を完全封鎖するという姿勢は変わらないものの、検疫ウイルス新提案改正許容率を設定、栽培地検査（フィールド・インスペクション）の実施方法も若干変更されます。また、チューリップ、クロッカス、ヒヤシンス、アイリス、ダリア、グラジオラスに対する追加栽培地検査、グラジオラスの土壌サンプルの追加提出、ガラス室検査のチューリップやアイリスのサンプル提出の義務付けなど多数の日本特有の輸出条件は一部免除されます。（オランダの新聞記事より）

球根は1年草？それとも多年草？ 球根を長く楽しむ方法



「球根は1回きりで、長年楽しむことができない」巷でよく聞かれるセリフです。

IBC オランダ国際球根協会では、この一般消費者の質問に答えるべく、また球根の多様性についての情報や、ガーデニング、公共緑化プログラムへの使用方法についてお答えしています。

IBC では、オランダの研究機関 PPO との協力で、球根の数年に渡って楽しむ方法の調査が行いました。果たして、「球根は一年草とみなすか、多年草とみなすか」。曖昧さはぬぐいきれないでいます。比較的はっきりしているのは、ダリアやグラジオラスなどの夏咲き球根は、そのほとんどが亜熱帯性特性のため(オランダでの)冬越しはできず、そのために一年草タイプと見られています。一方、ユリやアネモネなどは例外で多年草タイプと見られます。コルチカムやシクラメンなどの秋咲き球根は多年草タイプ。ところが、困ったことに人気の高いチューリップやヒヤシンス、スイセンなどの春咲き球根、これが一番曖昧なのです。

この質問に簡単に答えることは難しく、いろいろな要素がからみ合ってきます。日陰でも耐えるシラーやスイセン、ヒヤシンス類や、それに対して光を好む球根など多種多様。なんといっても重要なことは自然の特性で、ほとんどの球根が「冬寒く、夏暑い」地域が原産という点です。「明るく、暖かい場所」という条件は、特に花後を左右する重要な要素なのです。葉の生育を促し 木子の発育を促す。特に花後の4～6週間に十分な日光があたることが必要です。日陰では葉のみが成長し子球根が育ちにくい。葉の役割が非常に重要ということは、花後にすぐ葉を始末してはならず、枯れるまで待つことが望ましいということを意味します。その時のポイントは、花部分は種を作らないよう取り除くが、茎は残しておくこと。また、このようなタイプの球根植物は、球根を植える深さも重要です。あまり深植えにすると温度が低く、また乾燥しがちで球根の成長によくありません。

では、春咲き球根を楽しむアドバイスはというと、まず宿根草とうまく組み合わせること。そして施肥を忘れないこと。働きがゆっくりの有機肥料が好ましい。時期的には、球根がやっと芽を地上に出す頃、そして花が終わり頃になり、球根がまたエネルギーを必要とする頃が効果的です。このヒントを参考に管理すると、今まで一年草タイプと思われていた球根植物を、数年にわたって楽しむことが可能になります。おすすめのチューリップ品種として、「キャンデラ」「ケープコッド」「ヨコハマ」「ネグリタ」「パラード」、そしてヒヤシンス品種では「ピンクパール」「ホワイトパール」「デルフトブルー」が挙げられる。(Bloembollenvisie 14 jan. 2010 より)

業界のサプライチェーンが連携しトップ商品をプロモート

球根業界における球根の生産から切り花/鉢物生産者、卸業者といった一連のサプライチェーンにおける協力体制というのは、今まで実現が難しいのが常識とされてきました。しかし、ここにきてムスカリ 「ムスカリ・マジック」、頭文字をとって M&M と呼ばれる品種の大ヒットがあり、注目を集めています。差し込みエチケット、ポスター、カタログといった連携プレーが果たしてどのように可能になったのか。その秘密を探ります。



最初に30人を超える業界関係者が集まったの会合が設けられ、参加者は一様に球根セクターにも変化が必要と痛感していることが明らかになりました。

今までの慣習では、球根生産者は球根を、とにかくできるだけ生産すればよい。その後は他の人、つまり切り花/鉢物生産者や卸業者の仕事、という意識が強かったといいます。球根生育の特性なども、チェーンの後半、いわゆる「川下」側には伝わっておらず、品種の特長など、せっかくの情報も一連の流れのなかで消えてしまっていました。ここが協力体制に踏みきった一番の理由だといいます。

まず、球根生産者団体が「共同でトップ品種を生み出そう」と、切り花/鉢物生産者に呼びかけたのが始まり。集まりを重ねる度に共同意識も高まっていきました。M & M のプロモーション費用も共同で負担するところまで行き、今では年3回は定例会合を持ち、次のテーマには「品質アップ」を掲げています。

M & M の成功例を見ると、マーケティングには4つのステップがあることに気づきます。

1：品種の選定。特別なもの、ブランド化が図れるものが好ましい。2：特性を明記したパンフレット作成。小売店にアピールする。3：競り市場でバイヤーにアピール。この花が欲しい、と意識させる。4：一番重要なことは「ターゲットを明確に定める」こと。専門的な話になりますが、品種は品種登録をされているもので、また生産者の間で合意書が交わされていることが重要。



切り花/鉢物生産者と卸業者との協力体制というのも、始めのうちには難しいものがあったが、値段の折り合いや、プロモーションの予算など、とにかく挫折することなく、品種、商品が注目を集められるよう前進することが大事だということです。

この成功した品種、「ムスカリ マジック」(M & M)は、今年もテレビの園芸番組や見本市、花市場でのプロモーション戦略を展開してく予定です。 <http://www.muscarigroup.com/gb/> (Bloembollenvisie 14 jan. 2010 の記事より)

球根とワインの共通点は？ オランダで成功するワインショップから学ぶ消費者心理



ワインの新しい小売業態を持つ「グレープ・ディストリクト」は近年成功を収めているワインショップ。2006年にオープンして以来のサクセスストーリーとその背後にあるコンセプトを創業者の一人が全く異業種である花業界のミッドウィンターフローラ見本市で「ワインと球根、その共通点は？」というテーマで講演を行いました。

まず、「グレープ・ディストリクト」のコンセプトは「いかに、どんな手段でワインを人々に近づけるか」ということ。講演者によれば、「ワインと球根の共通点は少なくない。まず、マーケットがどちらも伝統的なものであり、商品であるワインも球根も内容的には複雑で、購入も簡単ではなく、品質の見極めも難しい。専門知識のない一般消費者はどちらかと言えばその場の雰囲気で購入商品を決めがちとなる。また、購入年齢層も若い年齢は見当たらないのも共通している。」

統計によると、ワインを購入しない人は37%、球根に興味の無い人は33%という、恐ろしく高い数字があります。いかにこの層にアピールするか。

購入場所に関しては、ワインはスーパーマーケット(90.6%)、球根はガーデンセンター(44%)で、ということも無視できません。

植物と同様に、ワインの知識にも奥深いものがあり、一般的には「ワインは難しいもの」といった考えがあります。クオリティーも重要だが、大事なことは、その人が美味しいと感じ、自分のスタイルに合っていると思うことではないか、と気づいたといいます。「難しい用語抜きに、楽しいと思って飲み、ワインを購入したり、プレゼントしたりすることが重要ではないか」というコンセプトが、「グレープ・ディストリクト」の原点となっているのです。



若い年代層にも受け、気軽にモダンなイメージで、またスーパーマーケットと専門店の間に位置し、そして値段とクオリティーの兼ね合いも加味するというのが、「グレープ・ディストリクト」のポジションで、ショップも敷居の高いものでなく、気軽にかつトレンドな雰囲気を目指しています。

なんと言っても、「グレープ・ディストリクト」の新しさ、成功の秘訣は、ワインの産地や年代から選ぶといった従来のワイン購買方法とは違って、まずは雰囲気、タイミング、味からチョイスする方法。クリスマス用、パーティー用、プレゼント用、バーベキュー用などからセレクトしていくやり方が当たったようです。

今回の講演は、この講演者のストーリーをワインから球根に移したらどうか、というのが狙いですが、今年のCNB(オランダ球根センター)のテーマは『ディファレント~何か違ったものを~』。その名の通り何か新しい動きが出てくることを期待されています。(Bloembollenvisie 14 jan. 2010 の記事より)



グレープ・ディストリクト HP: <http://www.grapedistrict.nl/>

サイトではネット販売も行っているが、テイスト別でわかりやすい。

さすが、オランダ！ 球根植物を楽しむための教育ビデオ

<http://player.omroep.nl/?afID=10780417>

オランダで作られた球根植物について楽しく学べる教育ビデオ。サイトでは動画で見られます。主人公と案内役のちょっと変わったニワトリの行動がユーモアたっぷりでオランダらしい。でも内容は充実。球根が花を咲かせる仕組みを生産者や花屋さんの言葉を通じて説明しているところがいい。全部オランダ語なのが残念。日本にもこのようなビデオがあって誰でも見ることができると素晴らしいと思います。最近オランダIBCサイトでも動画が数多く取り入れられています。動画で情報を受発信する時代になってきています。

160 品種のゆりが見られる神戸花鳥園、5月中旬が見頃

<http://www.kamoltd.co.jp/kobe/>

一般の方が数多く訪れる神戸花鳥園。花鳥園グループは花菖蒲や熱帯性スイレン、ペゴニアのイメージがあり、ユリの展示があるというのはちょっと意外だったかもしれません。昨年春に開催し、好評だったという100品種の「ユリの特別展示」。今年は約160品種を順次展示する予定。アジアティック、オリエンタル、LAハイブリッド、OTハイブリッドなど多種多様なユリが勢ぞろいする。面白いのは、クジャク、キンケイ、カモなどがいる中庭池での開催。まさに一石二鳥でなく百花二鳥です。関西圏のお客様が多いと思いますがこうした会場でのお客様の視点、会話にいろいろなヒントがあるかもしれません。花鳥園では、ツイッターのアカウント(<http://twitter.com/kobekachoen>)を持っており、お客様のさまざまなつぶやきに対応しています。見てみてください。ユリのイベントは夏にかけて全国各地で行われます。

アイスランドの火山灰問題。想像以上に影響が深刻で、今後が注目されています。早く落ち着くことを願っています。

オランダ国際球根協会ニュースレター第013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@auroraip.com