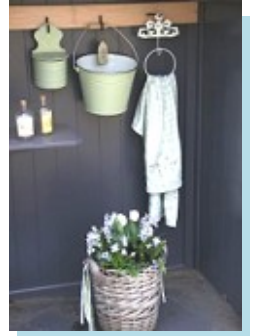




オランダ国際球根協会ニュースレター 2010年05月号 VOL.014

CONTENTS

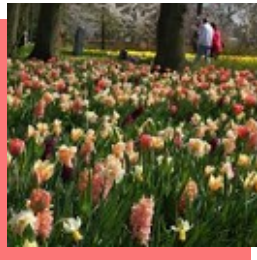
キューケンホフ・レポート 金藤公夫さんによる Inspirational Gardens の印象
 大司教、オランダの花を祝福 パチカンの春に花を添えて今年で25年
 「Consumer or Shopper?」 オランダ花卉協会のショッパー・マーケティング
 ワールドカップサッカー 日本 VS オランダ 球根関係者が試合の行方を大予想！
 「チューリップ販売プロジェクト2010」の報告要旨
 6月4日~10日、高知・中村農園で「第4回ゆりフェスタ2010」開催
 フラワードリーム2010 ミズリリー賞のサイトができました



CONTENTS

キューケンホフ・レポート 金藤公夫さんによる Inspirational Gardens の印象

オランダの Press Trip に参加された金藤さんのレポート。金藤さんは、4月14日、旅の最終日にキューケンホフを視察しました。ところが、視察直後、あのアイスランド火山灰問題で空港が閉鎖となり、1週間足止めされるというスペシャルなおまけつきですの忘れられないツアーとなりました。



2010年の展示公開は3/18~5/16。32ヘクタールもの公園内では93の球根生産・輸出入会社が球根を提供し屋外はもとより園内のパピリオンであらゆる球根植物の姿が見ることができました。

今年のテーマは「ロシアより愛をこめて From Russia with Love」

きれいに手入れされた庭園内の花たちもさることながら、今回一番見たかったのがこのツアーにも同行し、9軒のオープンガーデンで各国のプレスに強い関心を与えたジャクリーンが手がけた「インスピレーション・ガーデン」。

「インスピレーション・ガーデン」は公園北にある風車の横、運河の橋から続く小道に沿ってありました。ロシア人家族ファン・ベイエレン家 (Familie Van Beieren) 7人それぞれに合わせた小さな庭を提案しています。

ジャクリーンによってコーディネートされた庭は家族それぞれの個性の中にあってもホッとさせる球根の優しさを上手に見せていて来園者の目を釘付けにしていました。下記ウェブサイトを開いて各ガーデンの Read more をクリックしてください。コンセプトシートには美しい写真やプランティングされた球根の数と種類、設計図が詳しく書かれています。 <http://www.keukenhof.nl/25/inspirational-gardens/>



大司教、オランダの花を祝福 パチカンの春に花を添えて今年で 25 年

オランダの人々にとって、法王の「お花をありがとう」というお言葉がとてもうれしい、イースターの話



キリスト教徒にとって、春の復活祭（イースター）はクリスマスと並ぶ一大行事です。ローマ、パチカンからの法王の祝福はテレビを通して全世界に放映されます。そのシーンを飾るのがオランダの園芸業界から提供される花。花の国オランダをアピールするまたとない機会となっています。今年は 3 月 30 日にユトレヒトのアイク大司教によって、オランダからローマに送られた切り花、球根花、花壇花に祝福が与えられます。ローマまでの道中安全を願って輸送トラックと荷物である花が清められます。

オランダのフローリストのチームがパチカンのサンピエトロ広場での復活祭ミサを飾り付けするようになって、今年で 25 年を迎えます。今年の復活祭は 4 月 4 日。クリスマスと違って毎年日にちが異なります。花輸送は 3 月 30 日、13 時にユトレヒトを出発。この出発に際するセレモニーは、一般にも公開されました。

「Consumer or Shopper?」 オランダ花卉協会のショッパー・マーケティング

オランダでは、購買行動や花の購買を決定する瞬間にお客様の心理に何が起きているのかに着目し具体的な調査に乗り出している。その結果、いままで見えていなかった「ブラックボックス」が明らかになってきた。最新情報。

売場にいる誰がお客様となるのか、何を基準に購入しているのか。

オランダ花卉協会は、買物客（ショッパー）に購入を促すために、より優れた方法を探ろうと買物客（ショッパー）の実態調査を行いました。協会は生産者もお客様のことを知るべきだと考えており、どのようにして知り、どのようなことが学べるのかについて、協会のミシェル・デ・ヨング氏に話を聞きました。



私たちは、みんな消費者（以下コンシューマー）であり、買物客（以下ショッパー）である。

私たちは、みんな消費者（以下コンシューマー）であり、買物客（以下ショッパー）。しかし、コンシューマーとショッパーには違いがある。家でくつろいでいる人も仕事をしている人もコンシューマーになりえるが、ショッパーとは実際に販売店の売場にいる人のことです。

オランダ花卉協会は昨年、ショッパーについてより多くの情報を得るために調査を行いました。購入するかどうかの判断の 70% は売場でなされており、ショッパーが何に購買意欲を刺激されるのかをすることで、花卉の売れ行きを上げるための糸口を見出すことができます。

売場にいるお客様のことを知る最も有効な方法である「ショッパー・マーケティング」は、協会にとっての新しい試みで、一年半前から実施。調査は小売店チェーンを対象に行われ、イギリスのTescoとオランダのAlbert Heijnで実施されました。大型園芸店や生花店での調査は現在進行中です。

【 要旨 】

オランダ花卉協会は消費者に焦点を絞り込み、実際に買い物をする「ショッパー」に着目した。この「ショッパー」をよりよく理解するために昨年いくつかの調査を行った。

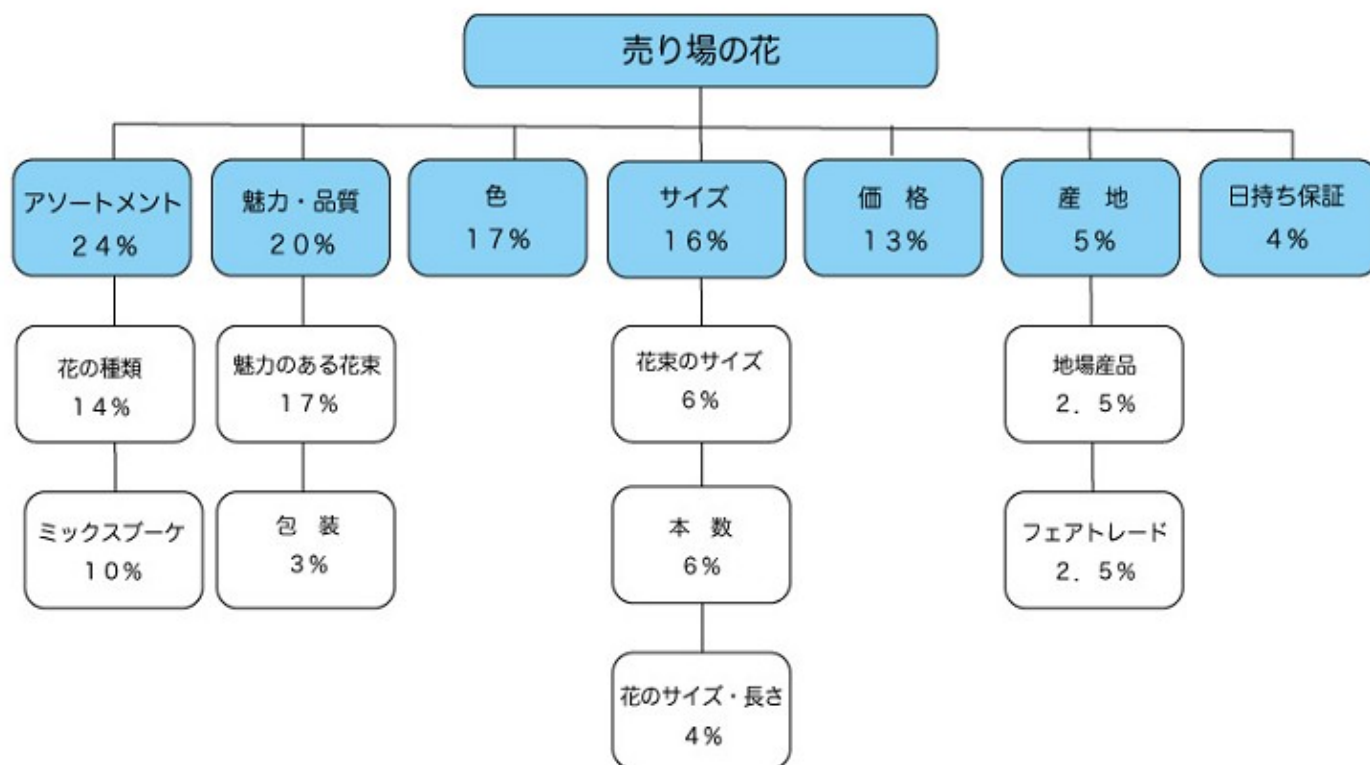
調査結果はキャンペーンに用いられ、生産者にも公開されている。「ショッパー」についての知識を身につけることで、商品はより優れた販売のシナリオを持つことになり、それにより売上げが向上する。



【 ブラックボックス・・・ショッパーの行動の謎 】

現在、どういった人がショッパーなのかについては明快な答えはありません。ショッパーはスーパーにより異なっています。ショッパーは、あるスーパーでは価格に注目し、他のスーパーではより良いサービスを期待している……。オランダ花卉協会はこのようなショッパーの動向を「ブラックボックス」と呼んでいます。例えばテスコでの調査ではショッパーは花の種類や品質、色を基準に購入を決定していることが明らかになりました。価格は花束の購入時にはあまり重視されておらず、価格よりも色鮮やかな花が売れる傾向にあります（図参照）。この事実を小売店チェーンでは販売促進策と組み合わせることができます。販売促進を行って目立つように置かれた商品はショッパーの関心を引き、手に取られ、売上げ向上につながる。その結果、最終的に生産から販売、全てのチェーンが利益を得られます。

ショッパーが園芸売り場で注目していること



イギリスの小売店チェーン、テスコでの調査では花の購入に際し、アソートメント商品の魅力が最も注目されていることが明らかになった。ショッパーにとっては価格や日持ち保証はあまり注目されていないようだ。

【 頭の上にとりつけたカメラで買い物客の視線を調査 】



オランダのアルバート・ハインではユニリーバやコカコーラなどの企業も参加し、ショッパーの頭上にカメラを載せてもらい、その視線を追う調査を行いました。撮影された映像から彼らが何を見て、何を無視し、何を最終的にショッピングカートに入れるのが具体的にわかります。商品を目にしても通り過ぎてしまうショッパーに対し、どのようにすれば商品を手に取り、購入してもらえるのかを探ることがこの調査の目的です。

撮影映像を分析した結果、ショッパーが簡単に鉢物を購入しないことが明らかになりました。たとえば、ショッパーは商品棚を見た後に、ショッピングカートに目をやり、最終的に通り過ぎていきました。この行動の意味することは、「商品を入れやすいショッピングカートを作る」という、生産者と販売者両方の課題がわかりました。また、何をかうか決めないままにアルバート・ハインに来店した約300人のショッパーのうち、最終的に3人が切花か鉢物を購入しています。このような衝動買いの場合は、セールや包装、テーマなどを用いて、鑑賞用商品のインパクトを上げることで売上をもっと伸ばすことができるはず。鉢物生産者協会のフローラモーションは、すでにテーマを持った商品棚作りに取り組んでいます。

【 お客様についての知識 】

フローラモーション <http://www.floramotion.nl/>

オランダ花卉協会は、コンシューマーの要望に答えるべく、調査結果を消費者キャンペーンに利用し、ヨーロッパにある小売店のデータを生産者に公開している。花卉協会は自分たちのためだけでなく全ての関連業者のために行動し、小売業者と一丸となって課題に取り組んでいます。

生産者は他の資料からも「誰がお客様となるのか、何が彼らの心をつかむのか」を探ることができます。例えば年間報告書からは、どのようなことに花が求められているのかを知り、セールスポイントを考えることができる。何が戦略となり得るのか、何がお客様にとって重要なことか、何が今後の目標となるのか。こういった全ての課題は報告書の中に見出すことができ、それにより生産者はお客様のことをより良く理解することができます。

販売ターゲットとなる人々についてもっと多くの情報を得るためには、販売店を実際に訪れてショッパーを観察することも有効です。例えばパン売り場のディスプレイから花卉包装のヒントになるものはないだろうか。生産者の名前は書かれているのか、売場に隠されたメッセージは何か、価格と関係しているものは何か、こういったタイプのショッパーが売場に来るのか。生産者が実際の売場でショッパーを分析し、その立場に立って考えることには大きな意味があり、生産者だけでなく関係者全員が取り組んでいくべきことです。商品をショッパーに上手く結びつけることができれば、生産者はより強力な販売のシナリオを身につけることができます。このような方法で、関連業者全ての売上を伸ばせるのではないのでしょうか。(出典はオランダの雑誌「VAKBLAD Vol7」)

ワールドカップサッカー、サプライズはあるのか?! 日本 VS オランダ 球根関係者が試合の行方を大予想!

IBC ワールドカップ特報

2010年はサッカーワールドカップ開催年。今回は南アフリカで行われます。6月19日にはオランダ VS 日本という組み合わせでもあり、今回はオランダからIBCが特別前情報をお届けします。

まず、近年のこの2国間の対戦を振り返ってみると、2009年9月5日に親善試合が行われています。その時はオランダ精彩に欠けるものの3-0で完勝。サッカー大国を自認するオランダのメディアは日本チームをどのよ

うにとらえているのか、そして来る6月19日の予測は?・・・まず、ヨーロッパカップ、ワールドカップでは国民全員がサッカー評論家となるオランダでは、残念ながら日本はデータ上でEグループの中で弱小チームと見られています。



FIFA ランキングでは日本は43位、カメルーン11位、デンマーク28位、そしてオランダは3位で、プール生き残りは難しいと見られています。では、オランダで知名度のある日本人プレーヤーはというと、真っ先に中田英寿、小野伸二、稲本潤一が上げられ、今年のワールドカップで中田の姿が見られないのは残念とコメントされています。ヨーロッパのチームでプレイ経験のある中村俊輔と、ついで高原直泰が日本のスタープレイヤーとしてマークされています。最後に、地元オランダフェンローでの大活躍が記憶に新しい本田圭佑は、むしろ「身内」といった感じで期待がかけられています。

インターネットでは試合結果の賭けも行われており、3-1でオランダの勝利といった数字も出ています。6月19日にはアムステルダムのアヤックス本拠地、アリーナはアフリカの雰囲気たっぷりのサッカーパーティードームに変身。オランダ、アフリカのミュージシャンのライブコンサート、そして特大スクリーンでライブ試合観戦という、35,000人が入場できるドリームイベントが開催されます。ファミリーで、友達同士でサッカーを楽しもうという、いたってお祭り気分のイベントで、逆に試合結果の方は楽観視されているような気もしないではない...といったところです。

南アフリカで開催されるサッカーワールドカップに出場する日本代表チームは6月19日にオランダ代表チームと対戦します。日本代表の岡田監督と熱烈的なサポーターはベスト4を目指すという高い目標と掲げていますが、世界ランキング3位のオランダ人はワールドカップ2010をどのように予想しているのでしょうか?IBCニューズレター'Bol tot Bloemen'の読者の皆さんと、この世界的なお祭りを盛り上げるために日蘭双方の球根関係者の皆様による日本-オランダ戦の結果予想を企画してみました。では、「球根」の世界で活躍されている方々の試合予想をごらん下さい。

(株)中村農園 中村裕司 氏 1-1	マックブリーディング株式会社 アリー アルダースト 氏 0-3	株式会社カド 角 裕二 氏 1-2	ザボプラント株式会社 ケース ランドフリユフト 氏 1-3	カネコ種苗株式会社 武井俊之 氏 0-3
IBCオランダ アネ フェルドゥース 氏 1-3	横浜植木株式会社 西尾 望 氏 0-3	オニングス ホーランド 株式会社 エバート ファン ザンテン 氏 1-3	株式会社山喜農園 森山 隆 氏 0-6	オランダ王国大使館 農業・自然・食品安全部 参事官 カーラ ボンストラ 氏 0-3
株式会社なにわ花市場 小川憲次 氏 1-0	ロイヤルファンザンテン株式会社 ハンス ダーメン 氏 2-3	菊大田花き 藤田章治 氏 1-3	ハークマン・フラワーバルブス株式会社 ディルク・ヤン ハークマン 氏 1-4	NBA 新潟県花卉球根協同組合 豊島正人 氏 1-1

ヤン・デ・ウィット株式会社
ヤン デ ウィット 氏



福花園種苗株式会社
エフネット 折館寿朗 氏



IBC 日本
レン・オークメイト 氏



【予想メンバーオランダ人チームのコメント】 オランダはこのワールドカップの優勝候補。いいチームに仕上がっている。Arjan Robben、Wesley Sneijder、Robin van Persie ら、スター選手も輝いているし、Bert van Marwijk 監督もいい。日本はカウンターから得点を上げるかもしれないが、同時にオランダの攻撃力を阻止するために反則 PK で点を失う可能性も高い。オランダ戦は別だけど、それ以外の試合は、もちろん日本を応援しますよ！

【予想メンバー日本人チームのコメント】 日本のコメントは、冷静かつ辛口が多い。そのなかで、ただ一人日本の勝ちを予想した株式会社なにわ花市場の 小川憲次さんは、次のようにコメントしています(笑)。【鳩山首相は5月中に「ギリシャ、ポルトガル、スペイン」をまとめ買いし、日本代表を強化すると公約しています】

「チューリップ販売プロジェクト2010」の報告要旨

「チューリップ販売プロジェクト2010」の概要をお伝えします。今年は、すでに3年目となるスーパーマーケット（以下 SM）での販売に加えて、駅の改札内、いわゆる「エキナカ」販売店店頭での実験販売を初めて行いました。SMは5カ所、セルフと対面。「エキナカ」は、都心と郊外という異なる環境で販売し結果を見ました。SMは販売数を伸ばし、ロス率も許容範囲内まで軽減できました。3年目ということでお客様に定着してきた店舗もあります。エキナカは、都心よりも郊外駅の成績が非常によく手応えを感じました。数値など詳しい内容は今年の10月号でお知らせします。



6月4日～10日、高知・中村農園で「第4回ゆりフェスタ2010」開催 400品種のユリと講演会

今年、「龍馬伝」で盛り上がる高知県の（株）中村農園では、「第4回ゆりフェスタ2010」を6月4日（金）から10日（木）まで開催。400品種以上の同時一斉開花展示を行うとともに、「生産者と流通関係の方々の交流の場」を新たに企画。IBCも参加し9日（水）に講演の予定。

<http://www.nfb.co.jp/main.html>



フラワーDream2010 ミズリリー賞のサイトができました

フラワーDream2010は、7月3日～5日に東京ビッグサイトで開催。会場では期間中にミズリリー授賞式も行われます。IBCは昨年に続いて今年も出展し、様々なユリの品種をご紹介します。

第9回 Ms.Lily2010 のページ <http://www.flowerdream-tokyo.net/mslily/index.html>

母の日も終わり、暖地から高冷地へと花の便りが移り変わる季節になってきました。今年は、春からの天候不順、日照不足や低温で例年に比べ10日ほど生育が遅れが見られるというニュースがありました。よい夏になりますように。

オランダ国際球根協会ニュースレター第014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