



## オランダ国際球根協会ニュースレター 2010年09月号 VOL.018

「113年ぶり」の猛暑だった日本の夏も、9月に入ってからようやく落ち着き、秋を実感できるようになりましたね。秋といえば、そう、球根の植え付けのシーズンです！園芸関係の雑誌でも一足早く球根を使った庭づくりや、コンテナでの楽しみかたなどが紹介されています。この春咲き球根の植え付け方とともに、IBCでおすすめているオランダのトップデザイナー、ジャクリーン・ファン・デル・クルートさんの特集が、今、発売中の「ピズ 秋号」(9月10日発売)と「花ぐらし 秋号」(9月19日発売)に掲載されています。たくさんの写真を使い、自然な雰囲気を持つ春の球根ガーデンのつくり方が分かる保存版です。

「ジャクリーンスタイル」とは、春咲きの球根を各種取り混ぜて植えることで、移り変わる花を自然な印象で長く楽しむ方法を提案するものです。同じ種類の球根を幾何学的に植え付けるのではなく、色・形・高さ・開花期を考慮して選んだ球根と、多年草や一年草、庭木などと組み合わせるジャクリーンさんのコンビネーション。ぜひ、本を手にとってご覧下さい。

次は展示会出展のお知らせです。まず、9月26日に豊明花き市場(愛知県)で「JFIトレードフェア2010秋」が行われます。生産者と小売店が直接商談ができる場として好評で、年々大規模になってきたこの展示会にIBCも年々大規模になってきたこの展示会にIBCも「ホーム スイート パルブ プロジェクト」と共同出展します。この秋から春にかけてのポット植え球根や切り花など球根花の新しいコンセプトによるプロモーションを発表、ご紹介していきます。

また、10月末に幕張メッセで行われる花とガーデン関連の国際展示会「IFEX2010」(幕張メッセ)に、IBCはJBF「ジャパン パルブ フラワー」ブースとして共同出展します(詳細は後述)。また、前回もお知らせしましたようにレン・オークメイトが講師として専門セミナーも開催。欧米のトレンドやディスプレイ、球根販売についてのヒントが盛りだくさんです！

【IFEX 専門セミナーF3】「売上拡大の秘策！球根の最新ディスプレイと販売戦略」(10月28日(木)12:30~13:30)

### CONTENTS

#### 2010「DSPプロジェクト」(Dry Sales Project) 始まります

「トレンドセミナー」～ オランダの花市場 FLORA HOLLAND が「カレッジ」でのイベント  
スーパーマーケットの売場でユリを売るための工夫とキャンペーン 2010年 Jumbo の取り組み  
ジャクリーンスタイルの庭を訪ねて・・・「レイヤー効果」に注目 IBC 金藤公夫のオランダレポート  
クイズ&読者プレゼント 「IBC オリジナル春咲球根ギフトボックス」  
IFEXに出展します JBF「ジャパン パルブ フラワー」ブースにぜひお越しください。

### CONTENTS

#### 2010「DSPプロジェクト」(Dry Sales Project) 始まります

IBCでは、チューリップなど春咲き球根の販売リサーチプロジェクト「ドライセールプロジェクト」(DSP)を行います。ドライセールのドライとは、乾燥貯蔵された球根のこと。ドライ・パルブというように、一般消費者向けに栽培し流通する球根のことを切り花と分けて呼んでいます。

秋は、春咲き球根の植え付け時期になります。毎年たくさんの球根がこれからの数ヶ月で購入され、ご家庭で楽しまれています。



実は、この球根を買ってくださる人には二つのタイプがあり、「球根を必ず購入する消費者（メリーさんと呼んでいます）」と「都合によって球根を購入する消費者（ジョンさん）」に分けられます。

「メリーさん」は、お花が大好きで、ガーデニング愛好者（レベルに関係なく）主にガーデンセンターなどに足を運んで球根を購入しています。一方の「ジョンさん」は、ガーデニングのビギナー。計画的にというよりもむしろ衝動買いで球根を購入される人たちです。

日本では、一時期よりも球根が売れなくなった、と言う声がよく聞かれます。ほんとうにそうなのでしょうか。もしそれがほんとうなら、球根を欲しい人も減っているということなのでしょう。オランダで生産される球根全体の販売数量は伸び続けていて、販売数量は、ヨーロッパ、日本、アメリカ、カナダの順。日本はヨーロッパ全体に次いで世界で二番目に球根が大好きな人たちが住む国なんです！！

	No1 ヨーロッパ 全体（2008年）	NO2 日本 （推計）	NO3 アメリカ （2004/5年）	NO4 カナダ （2004/5年）
スーパーマーケット	25%	4%	24%+	21%-
通信販売	22%	12%	24%+	16%+
ガーデンセンター生産者	22%	15%	21%-	39%+
DIY店舗 ホームセンター	17%	57%	18%-	9%+
公園 公共庭園	4%	10%	5%-	7%+
生花店	3%	2%	2%-	3%
露店	1%	-	-	-
その他	6%	-	6%	4%
合計	100%	100%	100%	100%

日本はヨーロッパ全体に次いで世界で二番目に球根が大好きな人たちが住む国なんです！！

そこで各国の販売状況を見てみると、面白いことがわかりました。注目したのは、どこで購入されているか、というデータです（図表参照）。日本では圧倒的にホームセンターやガーデンセンターが多いのに比べて、ヨーロッパではスーパーマーケットが4分の1を占めています。スーパーの店頭での球根販売風景は、日本ではなかなか見ることができませんが、球根が季節の変わり目を教えてくれる風物詩、いわば「秋の秋刀魚みたいに」販売されているとするとどうなのでしょう？



以上のようなデータをふまえ、今回の DSP では、「ジョンさん」に的をしぼって、球根を気軽に手に取りやすい場所で販売実験を行うことにしました。実施する場所はチェーン展開をしているスーパーマーケット2社各2店舗（世田谷区など東京23区西部の地域）に協力を願い、専用の販売什器（左図）を店頭を設置させていただきます。このプロジェクトでは新潟県花卉球根農業協同組合（NBA）の協力をいただき、チューリップの球根を中心に品種を絞り込み、「ジョンさん」が思わず手に取るような工夫をします。また、ジャクリーンさんのセレクトやムスカリやスイセンなど他の種類も取り入れながら気軽に楽しんでいただけるようなラインナップとし、興味を持ってもらえるような「レシピ」（右図）も配布します。



プロジェクトの詳しい内容や、調査の途中経過などは IFEX での展示や専門セミナーで解説します。また結果については、このニュースレターでもお知らせしていきます。

DSP のねらいは、（ジョンさんのような）消費者が、球根を気軽に買えるようになること。スーパーだけでなく、街のお花屋さんの取り組みもとても大切だと思います。昨年もご紹介しましたが、世田谷区の「パフューム」さんでは、今年も球根販売が始まっています。参加する FFC ネットワークでも10店舗全店で球根販売を始めています。

<http://blog.goo.ne.jp/perfumeweb/e/1ea2215f136499752b7953ad369eaad5>

## 「トレンドセミナー」～ オランダの花市場 FLORA HOLLAND が「カレッジ」でのイベント FloraHolland Trend seminar offers Inspiration and commercial chances

フローラホランドには花関係の仕事に従事する人たち～生産者、買参人、フローリスト～を教育するための「カレッジ」があります。花にかかわる環境は日々変化しており、それぞれが直接かかわる仕事について専門であるだけでは成功することは難しくなっているために、フローラホランドでは、学びの場を用意しています。「カレッジ」のコースには、例えばマーケティングトレーニング、リテイルトレーニング、セールストレーニングや品質トレーニングなどがあり、期間も「1日コース」、「月コース」などさまざまです。

6月30日にこのカレッジのイベントとして「フローラホランドトレンドセミナー」を開催しました。

テーマは「各セグメントの動向～2011年 春のトレンド～」。サブテーマは花に関係ある春のイベント、すなわち、バレンタインデー、イースター、母の日です。

このセミナーは、生産者からフローリストまでの業界チェーンに従事する人たちのためのセミナーです。講師はトレンドウォッチャーであるサンドラ・クーニング氏で、さまざまな見本市やインテリアショップなどの写真を交えながら、2011年春のトレンドについてプレゼンテーションしました。

フローラホランドは、このようなトレンドをいち早く紹介することにより、市場も含む業界チェーンがひとつの同じターゲットをもって、新シーズンの戦略を立てやすくできれば、業界全体の利益につながると考えています。

クーニング氏の調査によると来年のキーワードは4つの「W」 Water(水) Work(仕事) Wild(自然) Warm(暖かさ)。テーマとなる色はブルー、グリーン、パステルカラー。



## スーパーマーケットの売場でユリを売るための工夫とキャンペーン 2010年 Jumbo の取り組み

オランダの大手スーパーチェーン「Jumbo ユンボ」では、一年中、ユリの花が店頭から消えることはありません。ユリの切り花を入れたバケツには、それぞれの品種の開花写真や色を載せたラベル(ウォップラー)が取り付けられているので、商品の内容がお客様にも一目瞭然です。また、第24週(6月17日)からは4週連続でユリの販売促進キャンペーンを開催します。お客様向けの広報誌「Mijn Jumbo(私流のユンボ)」でユリの花を取り上げ、全国の200万の家庭にユリについての詳しい情報やアイデアを発信する予定です。



### ユンボではユリが主役

ユンボは、4週間に渡り、145店舗でユリの販売促進キャンペーンを展開します。このキャンペーンでは15万本のユリが使用されます。

通常、一束3.99ユーロのユリの花束を7月14日までのキャンペーン中は2.99ユーロの特別価格で提供します。2束買えば5ユーロと更にお得です。また、期間中、花束に付いてくるスクラッチカードが当たれば、賞品がもらえる特典つきです。賞品の数は500点にも上ります。同社のバーレンドヒト店で生花売場を担当するセリーナ・ヴァイヘンボーム氏は、この種のキャンペーンは買い物客の受けが良く、特に週末にかけて、ユリの売り上げが明らかに上がると話しています。同キャンペ



ーンは、ユリプロモーション基金とオランダ花卉協会の共同企画で実現しました。(出典：オランダの雑誌 3誌から)

次は、金藤公夫さんのオランダレポート。デザイナーの視点からみた「ジャクリーンスタイル」の秘密は色あわせにあり！

### ジャクリーンスタイルの庭を訪ねて・・・「レイヤー効果」に注目 IBC 金藤公夫のオランダレポート

今年4月オランダ東部の街ズヴォレ近郊にある9軒のモデルガーデンに、IBCが提案する「ジャクリーンスタイル」の庭を訪ねました。

昨年からの寒波の影響でそのすべてを堪能するにはまだ少し早かったようですが、どの庭もオーナーとジャクリーンさんが丹誠込めて作り上げた庭です。咲きそろわないまでもその特徴を垣間みる事ができました。それは自然に咲いたように見える不規則な植え方と色合わせ、咲く時期、草丈の違いによる「レイヤー効果」です。

ガーデンの中にあるどのエリアにもテーマとなる花の色があり、合わせる色が背景にありました。それは家の壁、草木の新芽、オブジェ、またはオーナーの好きなアクセサリ-の色であったりします。

テーマの色を強く見せる時には色相を広くし、優しく見せる時にはトーンを狭く、合わせる球根の品種により、草丈や咲く時期などを絶妙に変え、エリアを長い間いるどります。また球根の植え方にも自然な雰囲気に見えるコツがあります。植栽計画によってエリアに使う球根の品種、数が決まればそのすべての球根を一度ミックスし、後に豆まきのようにエリアに無造作に撒きます。球根同士の間隔が一定にならないことがポイントです。

キューケンホフ公園に見られるようなモザイク絵画のような球根花の庭は日本のテーマパークでも多く見られ、全体的な印象は強いのですがとても単調です。それに比べて樹木、多年草などと合わせた「ジャクリーンスタイル」の球根花はエリア内でランダムに成長し疎密を作り、空気の通り道が花それぞれをいきいきと見せます。これがレイヤー効果。初めて「3D テレビ」の映像を観た時のような感覚です。

キューケンホフ公園の「インスピレーションガーデン」はジャクリーンさんがデザインし、植栽計画をした7つの庭が提案されていました。



球根の組み合わせと色使いは見慣れた公園の他のエリアとは違ってとてもわくわくする空間でした。特徴はやはり背景との色合わせとレイヤー効果である事は間違いありません。

余談ですが Press Trip の最後にテクニカルディレクターの



フランスさんに穴掘りスコップ使い方を教えてもらいました。日本で使う移植コテに長い T 字柄のついたような形状です。スコップの部分は筒状で植える球根の大きさに合わせた直径、深さに合わせた長さになっています。これを使う時は二人一組で作業します。スコップ係と球根植え係の二名です。

スコップを土に差し込みねじり引き抜くと筒状の部分に土が詰まった状態で穴があきます。その穴に球根を入れます。次の穴を空けるためスコップを差し込むと先ほどの詰まっていた土がトコロテンのように押し出されます。それを植え込んだ球根の上に詰め込めばぴったりと穴が埋まります。何とも合理的ではありませんか、、、オランダの土だから出来るのかもしれませんがね。秋に行うこれらの作業は足の爪先が冷えるので今でも木靴をはいてやるそうです。大きな木靴を履きながら庭仕事をする姿はどこかユーモラスですが、どの作業もオランダらしくワイルドで合理的ですね。

世界中の有名ガーデン雑誌のライター、エディター、カメラマンに混じって見るもの聞くものすべてが初体験??? チンプンカンプンの金藤が感じた事を少し書かせていただきました。



### クイズ&読者プレゼント 「IBC オリジナル春咲球根ギフトボックス」

~ IBC からニューズレター読者へ、クイズの当選者に抽選で 10 名にプレゼント ~



昨年、ご好評いただいたプレゼント企画。今年もやってきました。今回プレゼントするのは、ジャクリーン・ファン・デル・クルートさんの球根レシピによる「春咲きの球根が 100 球ほど入った球根の詰め合わせ」。庭やコンテナに植えつければ簡単に「ジャクリーンスタイル」を楽しめます。かわいいパッケージのオリジナルギフトボックスです。

応募方法は、次の簡単なクイズに答えていただいてメールしていただくだけです。よろしければ、ニューズレターの感想、ご意見も一緒にお願いします。締め切りは 10 月 15 日です。

クイズ 【 フラワーバルブオブザイヤー 2010 は、チューリップ「パープル \_\_\_\_\_」 】

Q: IBC オランダ国際球根協会では、これまで 11 年間、世界 6 カ国で「フラワーバルブオブザイヤー」を選定してきました。トップガーデンジャーナリストが審査員として選ばれ、厳正に審査され発表されています。日本では、開始当初からチューリップが連続して選ばれ、2009 年がムスカリ、今年再びチューリップになりました。さて、「フラワーバルブオブザイヤー 2010」、なんというチューリップだったのでしょうか? 「パープル \_\_\_\_\_」の \_\_\_\_\_ に当てはまる言葉(カタカナ 4 文字)を搜してください。なお 2011 についても、すでに決定しています。これについては、次号以降でお伝えします! ヒントは、ここに・・・ <http://www.kyukon.info/>

クイズの答えとお仕事の内容、ニューズレターの感想などを記入していただいて、下記のアドレスまでメールをお送りください。(住所等個人情報の記入は必要ありません。厳正に抽選し、当選者にのみこちらから送り先をおたずねするメールを差し上げます。)

メールのタイトルを「IBC ギフトボックスプレゼント応募」としてください。

クイズ解答の送り先メールアドレス: [ibc@aurorajp.com](mailto:ibc@aurorajp.com)

締め切りは 10 月 15 日午後 12 時です。お一人様一回限りの応募となります。

当選者には、当選メールをお送りしますので、お名前・お届け先の住所・電話番号を明記の上、返送してください。 発送先は国内に限ります。

商品の発送時期は、当選者へのメールでお知らせします。

記入して頂いた個人情報は、抽選および賞品発送を利用目的とし、それ以外には利用することはありません。

**IFEX2010 に出展します JBF「ジャパン バルブ フラワー」ブースにぜひお越しください。**



IBC は、10 月末に行われる IFEX2010 に JBF「ジャパン バルブ フラワー」として出展します。JBF「ジャパン バルブ フラワー」は、(社)日本花き球根輸出入協会(JFTA)および、(社)日本花き生産協会(JFGA)球根・切り花部会とオランダ国際球根協会(IBC)の 3 団体による初めての共同出展となります。日本の球根に関わる人々が一致団結、協力し合って、日本の球根切花産業の力強さをアピールしたいと考えています。

展示ブースでは、先にあげた DSP のほかにも様々な球根類や球根切り花の楽しさを提案する一方、豊かな品種構成と品質の高さを誇る「国産のユリ」をふんだんにご覧頂きたいと思えます。球根や球根切り花の楽しみ方や、新たなプロジェクトの内容についても豊富な写真パネルやパンフレットで詳しく紹介いたします。ぜひ、JBF ブースにお越しください。

「ホームスイートバルブ(HSB)」プロジェクトのお客様向けの情報サイトができました。<http://ameblo.jp/homesweetbulb/>

「ホームスイートバルブ プロジェクト」は球根鉢物生産者さんたちとオランダ国際球根協会の共同プロジェクトです。プロジェクトの主役は「花芽つき球根」。今年の初めに、球根サミットを開催し、インテリアで楽しむ「花芽つき球根」について紹介しました。このプロジェクトでは、さらにコンセプトを練り上げ、共同の商品開発を行います。～球根花で楽しい我が家～をキャッチコピーに、ひと目でわかる優しいイメージのロゴマークを制作、資材などもオランダに手配するなど本格的に動き出しています。詳しい内容は、JFI トレードフェア(豊明花き・FAJ)、砧花き秋の商談会、また、協賛して下さる市場などでの展示をごらんください。HSB プロジェクトは次号のニュースレターでもご紹介する予定です。



なお、IBC のサイトでも HSB プロジェクトに関する記事をアップしましたので、こちらをご覧ください。

<http://www.kyukon.info/homesweetbulb.html>

<http://www.prod.bulbsonline.org/ibc/jp/publiek/articles.jsf/Inspiration>

今年はヒガンバナがお彼岸に咲いていないという話が「ツイッター」でいるんな人が書いていてどうなんだろうと思いましたが、意外と遅れは少なく、秋分の日前には数多くの方がやっぱり咲き出したとつぶやき出しています。今年の秋は、切り花の供給が必要に間に合わず高騰した品目が多かったことを思うと、自然というのはすごいものだと思います。

今、IBC では「秋刀魚みたいに！」という言葉が流行っています(笑)。「秋になったら球根を植えよう・・・秋になったら秋刀魚を食べるように」。オランダでは冬が来て土が凍てつく前に球根を植えてしまわないと春に間に合わないの、「秋になったら球根を植えよう」というのが暮らしの中に溶け込んでいる。まさに、日本だと秋になったら秋刀魚が食べたくなる、という感覚に似ているのだそうです。そんなふうに暮らしに花が織り込まれていったら、世の中ももう少し元気で明るくなるような気がします。

オランダ国際球根協会ニュースレター第 018 号 9 月号 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](mailto:ibc@auroraip.com)