

オランダ国際球根協会ニュースレター 2010年10月号 VOL.019

10月は、展示会のシーズン。球根の花のプロモーションも活発に動き出します。今月号のニュースでは、10月28日から3日間、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)のお知らせを中心にお届けします。

展示のほかに、**IBCのコーディネーター、レン・オークメイドが講師として専門セミナーも開催**。どうすれば、球根をお客様にアピールし売上げをアップできるか? 欧米のトレンドやディスプレイなどを役立つヒントが学べます! まだ間に合いますよ!

【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~)

CONTENTS

IFEX2010(幕張) JBF「ジャパン バルブ フラワー」ブースでお待ちしています!

10月22日、23日にはFAJ、25日には拈花きで「ホームスイートバルブプロジェクト」が出演!

オランダの『Bulbs in pot』事情 ~金藤公夫さんのオランダ・レポート2~

子どもたちや親しい人たちと過ごす楽しい時間をつくるための球根

Happy Mother To Be キャンペーン 2年目を迎えて

ユリの花をもっと知ってもらうために「LISユリのステッカープロジェクト」始まる

CONTENTS

IFEX2010(幕張) JBF「ジャパン バルブ フラワー」ブースでお待ちしています!



IBCは、10月28日(木)~10月30日(土)千葉県千葉市幕張の幕張メッセで行われる第7回国際フラワーEXPO IFEX2010にJBF「ジャパン バルブ フラワー」として共同出展します。

JBF「ジャパン バルブ フラワー」は、(社)日本花き生産協会(JFGA)球根・切り花部会と、(社)日本花き球根輸出入協会(JFTA)そして、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。日本の球根や球根切り花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ます。

展示は、3団体が協力して、球根植物のすばらしさを余すところなくご来場される皆様にお伝えできると自信を持っています! ブース全体は、色鮮やかな球根の花の魅力をご覧いただけるようにさまざまな球根切花のアレンジで飾られます。「楽しい!かわいい!きれい!」球根花の楽しさ、かわいらしさ、美しさを知っていただくのがこのJBFブースの一番のテーマです。

また、ブース内では、次のような5つの見どころを用意しました。

1. 豊かな品種構成と品質の高さを誇る「国産ユリ」切花のご紹介・・・国内主要市場からのお勧め品種、イチオシ品種や新品種のご紹介
2. 球根ドライセールの新しい提案・・・オランダのトップガーデンデザイナー・ジャクリーンさんのスタイルや新しい什器を使ったディスプレイの紹介など球根の新しい展示方法を提案。

3.「ホーム スイート バルブ プロジェクト」・・・昨年から好評をいただいております「花芽つき球根」をさらに新しい形にしてのご提案。ロゴマークとインテリアで楽しむというコンセプトを覚えてくださいね。

4.「LIS ユリの ステッカー プロジェクト (Lily Indication Sticker Project)」球根切花販売の将来へ向けての新しい提案です。

5. 球根切り花や花芽つき鉢植え球根を使用するアレンジメントデモンストレーション

見どころ2の、球根「ドライセール用什器」は、オランダで使用されているものを直接取り寄せました！【 切花・種苗ゾーン、ブース番号13-08 】

このように、今回の展示では、「球根のすべて」をお見せできる内容になっています。

期間中は、素晴らしい球根の世界をご覧くださいだけでなく、共同出展の3団体の会員スタッフがブースで球根植物についての皆様からのご質問にもお答えできるようスタンバイしています。ぜひ、IFEX2010にご来場いただき、ジャパンバルブフラワーブース(ブース番号は【13-08】)にお立ち寄りください！

10月22日、23日にはFAJ、25日には砧花きで「ホームスイートバルブプロジェクト」が出展します

展示会が続きます。今月は10月22日(金)、23日(土)のFAJ、「[JFIトレードフェア2010秋](#)」10月25日(月)の砧花きの「[秋の展示商談会](#)」にそれぞれブース出展します。いずれも、市場が生産者と小売店をつなぐ場となっていて買参人さん限定の商談会です。たくさんの生産者やお花屋さんが集まるIFEXとは、また違った雰囲気、実際に商品に触れていただきながらコミュニケーションできればと思います。

さて、こちらは、ひと足はやく、9月26日に豊明花き市場(愛知県)で行われた「[JFIトレードフェア2010秋](#)」の会の様子です。



「Home Sweet Bulb ホームスイートバルブ」(HSB)プロジェクト展示会で紹介


会場にはたくさんの買参人が訪れ、とても好評でした。商品のコンセプトや「ホーム スイート バルブ プロ

「プロジェクト」についての関心は高かったようです。今後は、それぞれ個々の商品の価格や納品時期などの具体的な内容もつめて次の展示会に臨むそうです。以下、HSB に関する情報サイトなどを再掲載しておきます。ぜひ、最新の情報をご覧ください。かわいらしいロゴマークと一緒に、「球根花で楽しい我が家」ぜひ覚えてくださいね！

「ホームスイートバルブ(HSB)」～球根花で楽しい我が家～ お客様向けの情報サイト。

<http://ameblo.jp/homesweetbulb/>

ツイッターも始めています。

 Twitter アカウントは、[@homesweetbulb](https://twitter.com/homesweetbulb)

IBC のサイト内の HSB プロジェクトのページ

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

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



オランダの『Bulbs in pot』事情 球根鉢生産会社を訪ねて ～金藤公夫さんのオランダ・レポート2～

北海に面したオランダ北部および南部地方一帯には数多くの球根生産会社があります。IBC の提案するジャクリーンスタイルの庭を訪ねる『Press trip 2010』の翌日、フラワーデザイナー アストリッドさん (Astrid vd Berg) の案内でノルトワイカーハウト (Noordwijkerhout) にある球根鉢生産会社 H.L. Hogervorst 社を訪ねました。

イースターも終わり出荷も残りわずかとなった会社にはハウスに残るわずかな球根鉢と来シーズンの『bulbs in pot』の試作がいくつも台車に並べられていました。

オランダの球根鉢生産会社には他社との差別化をはかるため市場に向けて、球根ポット苗だけでなく陶器、グラス、バスケットなどに入った『Bulbs in pot』として、ガーデンセンターや花屋の売り場にすぐに置いてもらえるような付加価値をつけて出荷しているところが少なくありません。H.L. Hogervorst 社も『Bulbs in pot』を自社内でデザインしてしま



ンしていましたが、自社のブランドを選んでもらうため、タグや器を含めたデザインは外部のプロ

のデザイナーに依頼し、また品質のブランドとして10年前につくられた42品目もの生産会社が加盟する『Decorum』というブランド組織に4年前から加入し品質面も他社との差別化をはかっていました。

球根ポット苗はセリに出し、『Bulbs in pot』はカタログを作り注文対応としています。シーズン終了時には来シーズンのカタログ用にフローリスト、デザイナーにデザインしてもらい最終的にラインナップに乗せるかどうかの判断を社内で決めます。市場出荷だけの苗鉢生産でなく消費者に向けての提案商品をプロのフローリスト、デザイナーに依頼しているのはデザインのクオリティを上げるためだそうです。

街にはレンタカーの受付カウンター、ホテルのロビー、レストランのテーブル、家のリビングなど、至る所に『Bulbs in pot』が見られ、街中が球根花で春の訪れを今か今かと待ちわびているようでした。





商品提案に手をかける事の出来ないガーデンセンターでは仕入れた『Bulbs in pot』をそのまま価格をつけて売ることができます。フラワーショップでは仕入れた『Bulbs in pot』にカラーサンドをたしオーナメントをつけてよりメイクアップしたオリジナル商品にしていました。花芽付き球根が当たり前に流通して

いるオランダでは一足早い春の楽しみ方として『Bulbs in pot』は広く浸透しているようです。



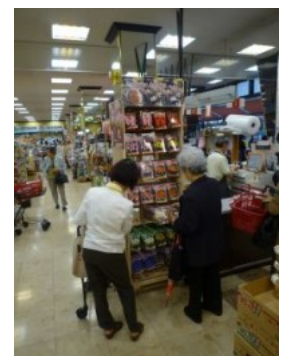
子どもたちや親しい人たちと過ごす楽しい時間をつくるための球根

先月もお伝えしたように、IBCの「ドライセールプロジェクト」(DSP) スーパーマーケットの店頭で、専用什器による実験販売が始まっています。自転車に乗って買いにいけるような場所で、お買い物のついでに球根を買う、そんな経験ができるような売りかたを試しています。品種を色で絞り込み、迷わず、また選ぶ楽しさもあるような品揃えにしています。出足はまずまずの動き出しだそうです。チューリップを中心に販売していますが、ムスカリなど他の小球根も売れているそうです。プロジェクトの詳細な内容や、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。

ここからは、町のお花屋さんの店頭の様子を写真でお伝えします。

先月号でも触れた、小さな花屋さんのグループ、[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。消費者が、球根を気軽に買えるように、食品スーパーだけでなく、街のお花屋さんもがんばっています。

こちらも、品種数を絞り込み、赤、ピンク、黄色といったわかりやすい品揃えにクロッカスやヒヤシンス、スイセンなどを加えて各店舗でそれぞれに工夫をしています。たとえば、バラバラに箱に入れて取りやすいようにしますが、10個単位だと割引になるような値付けをします。イベントに出展し、つかみ取りをすることもありますが、その際は、子どもでも大人でも、同じようにつかめるように袋詰めにしたりといいそうです。



画像でもわかるように、この時期お花屋さんの店頭は、ハロウィーンのディスプレイになっていて、かぼちゃのディスプレイ、あるいは、オレンジと黒い色がメイン。球根の皮のいろととも相性がいいようです。かごに入れたり、木箱にいれたりして、雰囲気を出しています。

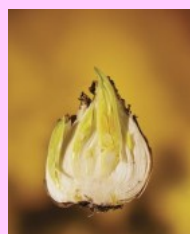
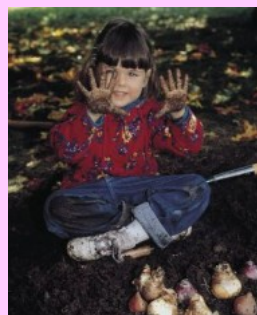
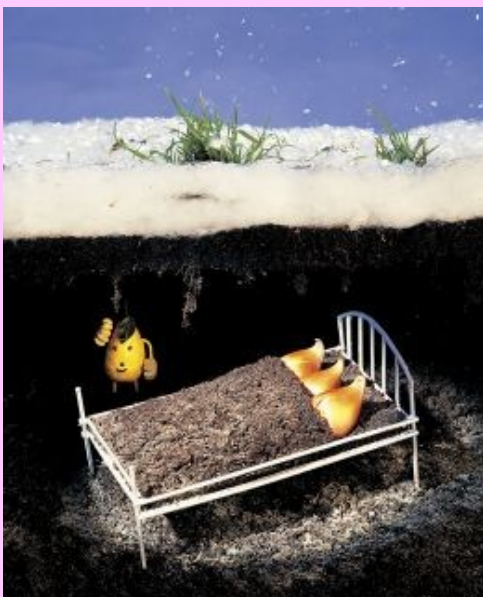
POP もそれぞれのお店にあわせて自作しています。分かりやすい表示とともに、植付けまでの保管の仕方や、植えつけ方、花が咲くまでのお知らせしたりしています。

参考：以前にも紹介したオランダの教育番組、アストリッドさんが登場して球根植物についてわかりやすく楽しく教えてくれる動画。

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

今回、FFC ネットワークの各お店では、球根を売ってたくさんもうけるというよりも、コミュニケーションを大事にしようとしています。球根は、多くの人が足を止めてくれるものです。店頭での会話が弾むきっかけになります。「球根を植えることで楽しい時間をつくろう」という考え方。埼玉県蕨市の花屋さん SeedSeed さんでは、「秋の休日～みんなで庭に出てみましょう」と書いています。「家族や友達とみんなで球根を植える日をつくって、庭ですごしませんか、きっといつもと違う気持ちが発見できるかも・・・」という訴え方です。

家族で楽しい時間を過ごす、そういうイメージを打ち出すのはどうでしょうか。家族や、おばあちゃんとお孫さんといったイメージは、幸せな時間を思い起こさせてくれるのにも効果があります。オランダの場合は、冬は厳しく長い巣ごもりの季節。そんな厳しい季節が来る前のつかの間のお天気の日に、みんなで庭に出て球根を植えることを想像してみてください。どんなに楽しい思い出になることでしょう。POP で訴える場合、植えるときの楽しい体験のイメージ(さあ、あなたもやってみよう!)と、春になってたくさんのお花が咲いてみんなで楽しんでいる様子(お花がいっぱい!たくさん植えたほうがいいよ!)の二つのハッピーイメージが考えられます。また、必要な道具類、バスケットや、球根を植えるためのちいさなシャベル、ポットやコンテナ(水栽培容器も含む)などの写真は、資材類の売上げにつながるものです。また、球根自体や生態を説明する分解図や絵などがあると参考にできますね。





昨年から始まった、「ハッピー マザー トゥー ビー」キャンペーンは、この10月で2年目に入ります。

JFTD キャンペーンガイドもチラシも新しくなります。HMTB は、「これからお母さんになる女性に。お母さんとして頑張っている女性に。そして、いきいきと輝いているすべての女性に。～ユリを贈ろう！～」をキャッチコピーに、花キューピット協同組合とIBCによる共同のユリキャンペーンです。キャンペーンの詳しい内容や、テーマになるユリについては、IBCのHPをごらん下さい。<http://www.kyukon.info/>



ユリの花をもっと知ってもらうために「LIS ステッカープロジェクト」始まる

ユリは、固いつぼみで出荷されるために、花を知らないとイメージがわきにくい花です。球根切り花の特性といっ
てしまえば、それまでなのですが、さまざまな品種を知ってもらい、繰り返し購入してもらうためにはどうすればいいか、ということから動き出したのが LIS(Lily Indication Sticker)の試験販売です。インディケーションとは、示す、あきらかにする、という意味で、お花屋さん、バイヤーさん向けの花の写真つきステッカーのこと。



試験は、市場の仲卸の協力を得て、画像のような開花した花の写真つきステッカーを花につけていこうというものです。箱に貼るのではなく、1束につき1枚のステッカーを貼ります。こうすることによって、小売店の店頭まで情報が行き渡ることを願っています。バイヤーさんだけがわかっているのではなく、お店にいるスタッフのひとりひとりが花を理解して覚えたり、お店にステッカーをPOP代わりに貼ったりすれば、お客様にも勤めやすくなるのではないのでしょうか。

今までも、いろいろなところで、開花したユリが見本であると、売れるという経験則が言われてきています。今回は、それを実験し、お花屋さんからの評価も聞いてみようというものです。

もうひとつ重要なことがあります。このステッカーは、ユリが咲いたときの状態を知らせることだけが目的でなく、「新品種」または「あまり知られていない品種の紹介」も目的にしています。その品種はどんな花が咲くか？

ユリのステッカーをつける品種は、アイライナー、グルーワイン、アボカド、トレビアーノ、マーロン、ブルスカ、コンカドール、ランディーニ、ニンフ。テストは東京都の中央卸売市場（大田市場、世田谷市場）大阪鶴見花き地方卸売市場の仲卸で今月の半ばから、まず、アイライナーで始まっています。後の8品種は10月終わりから（ユリの色の関係でこの時期からのスタートとしています）始まります。

今回はテストですが、結果がよければ将来的には種苗会社や輸出入会社にステッカーを準備していただき、より多くの魅力的な品種に貼れるといいですね。特にこれから紹介される新しい品種については、最初の1-2年限定して貼るなどして、新品種の名前や特徴ができるだけ多くの人に覚えてもらい、好きになってくれることを期待しています。

秋は、繁忙期を前にして展示会シーズンとなっています。オランダでも恒例のホルティフェアが行われていますが、日本でも市場や、IFEXなど見逃せませんよ。動けば必ず何かが得られると思います。JBFブースにぜひ、お越しください！