



オランダ国際球根協会ニュースレター 2011年3月号 VOL.024

3月11日に発生した東日本大震災により被災された皆様に心からお見舞い申し上げます。一日も早い復旧をお祈り申し上げます。3月24日に予定していました球根サミットも延期となりました。今後、開催予定が決まり次第、改めてご報告いたします。

CONTENTS

- なにわ花いちばで「チューリップセミナー」開催されました
- スカンジナビア諸国での2011年チューリップキャンペーン
- フローラホランド花市場「チューリップデー」で、売り上げ倍増プランを発表
- 欧州各国のチューリップ販売 スーパーマーケットでの販売が重要に
- IBCチューリップセレクト2012決定しました
- 春はもうすぐそこに！ オランダ大使館「ジャクリーン・ガーデン」の芽生えたち

CONTENTS

なにわ花いちばで「チューリップセミナー」開催されました

2月9日(水)なにわ花いちば(大阪鶴見市場内)にて「チューリップセミナー」が行われました。参加人数は75名と会場はとても賑わっていました。講師として、オランダ国際球根協会のレン・オークメイドとかねとういさおさんのほか、なにわ花いちばの竹村さんと坂本さん。ゲストとして、JA全農新潟、JA越後中央、JA兵庫六甲淡河、ジャンプK(神立)、クリザールジャパン社の担当者も参加されました。



はじめに、兵庫六甲淡河(おうご)のチューリップの栽培方法を紹介。また、チューリップの球根・育種も行っている富山県高岡市農協の説明が行われました。高岡市では年間600万球の球根が養成されています。そして、高岡市のオリジナル品種を紹介すると見たことのない品種に大変興味を持たれていました。

JA全農新潟からチューリップの新しい取り組みについて説明が行われました。採花日表示、JA共同選別・共同出荷の取り組みについてお話を聞きました。JAとして共同選別・共同出荷品を出荷することが出来ることと生産者の労力が軽減される、2つのメリットについて説明されました。

JA越後中央より水耕栽培についての説明と球根付きチューリップ(バルブ付きのチューリップで「バブチュー」と呼ぶ)出荷の取り組みについて詳しい説明がありました。水耕栽培による球根付きチューリップの出荷を新しい試みとして、今シーズンから出荷予定。栽培されていた状態のまま店頭に出ることが出来、日保ちも含めた品質面の向上、新しいデザインアレンジの可能性などたくさんのメリットが見出せる新しい取り組みとして多くのお客様が興味を持たれていました。



クリザールジャパン社からは、チューリップの花首の伸びを抑制する薬剤についての紹介がありました。

IBCは、『チューリップは「春のメッセンジャー」』というテーマでチューリップの販売プランについてお話ししました。オランダでのチューリップの栽培や、お店のディスプレイ、チューリップの販売方法などを解説しました。オランダでの販売方法は先にアレンジを作成しておき、アレンジした商品を購入してもらって販売方法も取り入れられています。1つの商品だけでなく、たくさんの商品を固めて店頭に出すことで、購買意欲を引き出せるよう

にしていることなどを紹介しました。参加者はオランダでのアレンジの方法や、ディスプレイの方法など真剣にメモを取られていました。

チューリップを用いたデモンストレーションが、レン・オークメイド、かねとういさお両名で行なわれました。オランダと日本の花のスタイルやフラワーバレンタインに向けてなど解説しながら作品を制作。参加者全員、写真を撮影したり、メモを取られたりと内容の濃い時間となりました。 【 レポート：なにわ花市場 】

チューリップ人気投票(約100名による)順位は、1位 アンジェリケ、2位 ピンクダイヤモンド、3位 リバースター、4位 イエロークラウン、5位 ダブルオレンジなどという結果になりました。ピンクは強い人気。リバースター・イエロークラウンはピクチャー咲きについて勉強会にてクローズアップしたことが要因かもしれません。



スカンジナビア諸国での2011年チューリップキャンペーン



スカンジナビア諸国の大都市では、オランダ語で「Abri-Campaign」と呼ばれる屋外用プロモーション方法を用いています。例えば、バスの停留所など人々の往来の多い場所にポスターを掲示するなどの大々的なキャンペーンを意味しており、意図せずにその広告を記憶にとどめることができ、かなりの広告効果があると予想されます。この方法により、伝えたいメッセージ「春のメッセンジャー」をターゲットである女性に明確に伝えています。

調査によるとチューリップの70%はスーパーマーケットで購入されているので、例えば、会社帰りの女性がこのポスターを見て、その後訪れるスーパーでチューリップ束を買うというシーンが想像できます。

これらのチューリップはスカンジナビア諸国の国内産と表記しており、このキャンペーンは大都市から中都市へと拡大しています。



ポスターデザインは、パターンを変えていくつも用意されている。赤の単色のものは、バレンタイン用に。チューリップだけの明るい色合わせのミックスブーケは、華やかさとボリューム感のあるトレンドを示しています。写真によるイメージはポスターや雑誌、パンフレットなどで多面的に利用され消費者に繰り返しアピールするよう取り組んでいます。



フローラホランド花市場 「チューリップデー」で、売り上げ倍増プランを発表

オランダ アールスメアにあるフローラホランド花市場では毎年 チューリップデーと名を打ったセミナーを開催している。今年は『チューリップ プロモーション ネーデルーランド』という切り花チューリップの売り上げ倍増プランを掲げ大盛況。その中身をレポートする。(Bloembollen visie 2010 年 16 号の記事から)

昨年 12 月 7 日に花市場の一角にある業者センターの吹き抜けロビーにて開催されたこの会合。普通のセミナーと違い、300 人という大人数が集まったにもかかわらず、立ちスタンドが置かれ、リラックスした雰囲気で開催された。

なんととってもチューリップはオランダの切り花トップ 10 ランキングで不動の第 3 位を誇る花。同花市場会長の ベルナルド オーステロム氏 のコメントでも、この不



景気の中で値段も安定している定番アイテムである。その秘密はステム長さの豊富なバリエーションとオランダ産チューリップへの信頼性にある。様々なプロモーションも展開されており、花市場としてはうれしい限りという。

同花市場のマーケットマネージャーであるフレッド ウェーバー氏は、さらに次のように続ける。チューリップの供給本数を見てみると、2003年の13億本から2009年には17億本へと増加している。さらに逆上って1993年の8億5千本と比較してみると、なんと倍増と言える。一方で供給本数が増加しているものの、平均単価の方ではほとんど変化がない、という点が他の花では見られない驚異的な成績であると力説する。

となれば、市場としてまだまだそのチューリップの勢いに期待を見いだすことは当然であり、市場としての役割をさらに強化していく姿勢でもある。今年2011年の切り花チューリップ生産予想は17億から18億本とされ、今年のカレンダーを見てみると、花の販売に多大な影響を与えるバレンタインデーや復活祭、謝肉祭など祝祭日もタイミングが良いのがプラス要素となっている。花市場の提唱するマーケットプランニングは、ウェーバー氏によると次のように仕分けされる。

1つのミッション	販売基点としての市場の立場強化
4つのテーマ	クラスター形成、小売りでの販売拡大、品種、品質
39のアクションプラン	



小売店での販売拡大というテーマに伴って、このたび発足されたのが「チューリップ プロモーション ネーデルランド」である。花の購買力を国別に見てみるとスイスが国民一人当たり年間50ユーロという数字で第一位となっており、他の国でもこの数字を目標にするというのが、アイデアの原点にある。

オランダ花卉協会のプロモーション企画では、今年、客層・購買層の一致する異業種であるモードブティックチェーンとの提携というユニークなものもある。現代の生活に欠かせないメディア、インターネットも忘れられない。また、キャッシュ アンド キャリーと呼ばれる資材卸54店でもオランダ、フランス、ドイツ、ポーランド向けの仕入れ層へチューリップ資材をアピールする。

その『チューリップ プロモーション ネーデルランド』の展開予算であるが、前述のウェーバー氏によると60万ユーロ。その1/3は球根セクター関与のラボバンクが受け持つ。チューリップ売り上げにかかる0.05%の賦課として、金額にして12.5万ユーロ。その他、フローラホランド花市場、オランダ花卉協会、オランダ国際球根協会、チューリップ育種会社、園芸評議会が一部を担うという。

また販売経路の展開について、いわゆるセリ市場のクロックを通さない「契約販売」の役割も重視されている。フローラホランド花市場では、フローラホランド コネクトという部門があり、バイヤーと切り花供給者のパイプ役を担っている。このコネクト部門のマネージャー、ファン ダム氏の話では、ホームセンター、ガーデンセンター、スーパーマーケットなどへの供給改善、強化を狙っており、各チェーン、業種の希望条件をよりよく把握するのがポイントで、つまり需要面前提のもとでの供給対策というスタンスに変わってきているという。

この「チューリップデー」、各スピーカーの講演のみならず、1セッション20分という切り花生産者と、バイヤーとのスピードデートが3セッション設けられた。バイヤーの要望点など直に聞け、意見交換ができた貴重な体験として参加者に好評であったという。

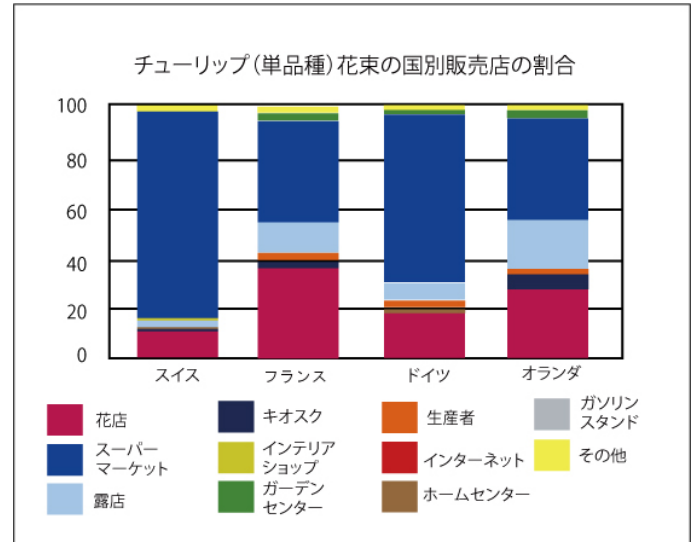
オランダを代表する切り花メインプロダクトであるチューリップ。期待に見合ったプロモーション対策も着々と練られている。

欧州各国のチューリップ販売 スーパーマーケットでの販売が重要に



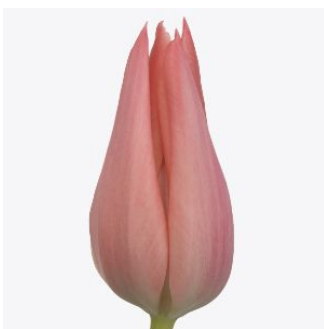
データによるとオランダではチューリップを売るためにスーパーマーケットは大変重要である。オランダ国内のチューリップの40%はスーパーマーケットで購入されており、赤と黄色が人気色。

他のヨーロッパの国々でもスーパーマーケットでチューリップ束を買うことが多く、一番はスイスで80%はスーパーマーケット購入される。デンマーク、スウェーデン、オランダではシーズン中、何回も購入するお客様が多い。購入のピークはイースターの前。東ヨーロッパでは3月8日の「女性の日」もチューリップ販売ピークになっている。

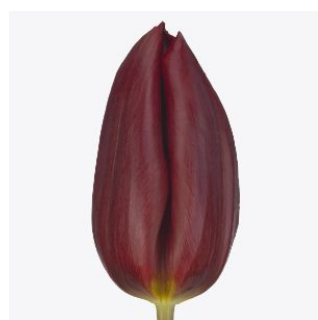


IBCチューリップセレクト2012決定しました

2011年好評をいただいたチューリップセレクト。花型・色・入手のしやすさ・珍しいもの、新品種などおすすめしたいポイントをさまざまに検討してセレクトされています。来シーズン2012年の花12品種が決まりましたのでご紹介します。



サンネ



ストロングラブ



ピンクフラッグ



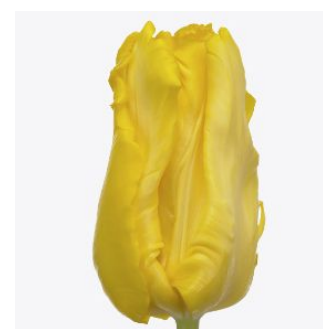
スノーボード



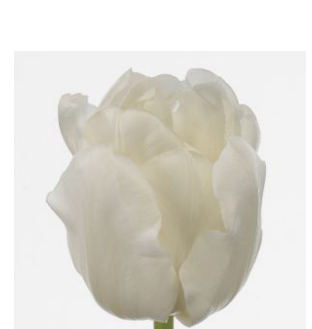
サンタンダー



ホワイトリバースター



イエローサン



ホワイトハート



フラッシュポイント



カルトウッシュ



マリーヨー



モンテオレンジ

来年はチューリップシーズン突入にあわせて「フローリスト」誌 2012年2月号で Astrid van der Berg さんによるチューリップセレクト 2012年を使ったアレンジメントの特集もあります。オランダで制作と撮影を行いました。



春はもうすぐそこに！ オランダ大使館「ジャクリーン・ガーデン」の芽生えたち



今年もオランダ大使館の「ジャクリーン・ガーデン」の植物たちが芽を出し始めました。昨年秋にジャクリーン ファン デル クルートさんのレシピで植え付けられた球根の花たちです。球根植物たちはどんな環境にあっても季節の移り変わりを感じとって土の中で成長を始めています。

大使公邸の庭園を一般公開 ドゥ・ヘーア大使公邸の庭が一般公開されます。4月8日(金)と4月9日(土)の二日間、開放時間は午前10時から午後4時です。ちょうど、庭のチューリップも満開を迎える頃です。みなさま散策を兼ねて是非お出かけ下さい。

住所：東京都港区芝公園 3-6-3



3月11日から私たちの暮らしは日本は大きく変わりました。困難を乗り越えるためにみんなで心を合わせて頑張りましょう。

オランダ国際球根協会ニュースレター第024号 2011年3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@aurorajp.com