

CONTENTS

iBulb (アイバルブ) 設立のごあいさつ

リリースプロモーションジャパン (Lily Promotion Japan) について

オランダ球根セクター 財政面変化事情

「第3回球根サミット」レポート チューリップ プロモーション~エンドユーザーが求めるものは~ を開催!

iBulb (アイバルブ) 設立のごあいさつ

2012年3月吉日



オランダ国際球根協会はオランダでの組織再編に伴い、2012年より「iBulb (アイバルブ)」として新たにスタートすることになりました。活動はオランダ国内だけではなく3つのPRグループ(ヨーロッパ、北米、極東アジア)に別れて展開され、主に消費者を主眼として、様々なPR活動を通じてガーデニング向けの多彩な球根に加えて、ユリ、チューリップ、グラジオラスなどの球根花の魅力も消費者向けに発信してまいります。日本ではiBulb Japan (アイバルブ・ジャパン)として4月1日より活動を開始いたします。

今後も引き続きiBulb (アイバルブ)の活動にご理解とご協力を賜りますよう、どうぞよろしくお願い申し上げます。

iBulb Japan (アイバルブ・ジャパン) コーディネーター レン オークメイド

リリースプロモーション・ジャパン (Lily Promotion Japan) について

リリースプロモーション・ジャパンは、日蘭のボランティアシステムにより参加団体加入各社から徴収された資金をもとに、日本でのユリ切り花、ユリ球根の普及を行うために2012年1月に設立されたプロモーショングループです。2012年の春からプロモーションを展開してまいります。プロモーションの運営や窓口業務はアイバルブ・ジャパンが担当いたします。



リリースプロモーションジャパン ロゴマーク

参加団体

社団法人日本花き球根輸出入協会 (JFTA)

<http://www.e-jfta.com/>

社団法人日本花き生産協会球根・切花部会 (JFGA)

<http://www.jfga.or.jp/>

有限会社フカヤリリースクラブ



オランダ王国花き球根苗木貿易協会 (ANTHOS)

<http://www.anthos.org/>

アイバルブ・ジャパン

<http://www.ibulb.org/> <http://www.kyukon.info>

オランダ球根セクター 財政面変化事情

球根生産者は、球根および鉢植え球根商品のプロモーションを、現在のところまだオランダ花卉協会経由で義務納入金からまかなっています。一方、球根販売業者は今年から「iBulb」という新組織を通じて球根ならびにガーデン使用の球根、外国での切り花生産者用の販売プロモーションの費用を捻出することになりました。

今まで PT と呼ばれるオランダ園芸産品評議会が担っていた活動が、PT の組織改正によって様々な変化を見せています。この記事では、オランダの球根セクターにおける財政面の事情を報告します。

今まで PT (園芸産品評議会) が担ってきた プロモーション、市場リサーチなどの活動は、2013年から資金調達のみを合わせてフローラホランド花市場、VGB (オランダ花き仲卸・買参者連盟) BBH (オランダ花卉協会) に移行することになりました。花き球根セクターは、これに先駆けて今年、新組織 iBulb を立ち上げ、財政調達、プロモーション、技術リサーチなどの活動を始めました。これにともない、IBC (オランダ国際球根協会) の終了と12名の球根プロモーション担当者の離職となりました。

鉢植え球根のプロモーションについては、BBH (オランダ花卉協会) が引きつぐことになり、球根生産者が負担する義務金からまかなわれることになっています。フローラホランド花市場、KAVB (オランダ王国球根生産者協会) ならび Anthos (オランダ王国花き球根・苗木貿易協会) の協力体制は変化なく続行されるということです。

500万ユーロ

2011年には球根業界は IBC (オランダ国際球根協会) を通じて500万ユーロをプロモーション費用に当てていました。その内訳は、300万ユーロが 販売業者からの義務納入金、200万ユーロが 球根生産者からの納入金という割合でした。用途は球根のドライセールズ、ならびに鉢植え球根製品のプロモーションに費やされました。

BBH (オランダ花卉協会) は40万ユーロをユリ、ヒヤシンス、チューリップ、カラー、アイリス、その他の夏物球根のプロモーション費用として得ていました。また、それに並んで IBC は独自の予算から60万ユーロを鉢植え商品のプロモーション、プレス用のPR、写真材料などに当ててきました。

IBC (オランダ国際球根協会) が活動終了ということで、BBH (オランダ花卉協会) が活動を引き継ぐことになり、それに付随する資金も合わせて受けることになっています。今後の主な活動は、デジタルメディアを通じた消費者向けのプロモーションにフォーカスがしぼられるということです。その一例として毎月 “スプリング ディーバ” と銘打ったキャンペーンが始まっています。1月はチューリップ、2月ヒヤシンス、3月スイセン、4月アイリスとテーマになる花が決められたキャンペーンです。



義務納入金 減額か

プロモーションや資金源の動向は、今後の PT の変革がどのような方向に向かうかによりますが、KAVB (オランダ王国球根生産者協会) としては、2012 年以降は球根生産者の義務納入金からの歳出が減ると見ています。実際に 2011 年の収穫年から 50% 削減になっています。2012 年以降はさらに削減し、0% になるという見方もあるほどです。2011 年度末の構成メンバー調査では、KAVB (オランダ王国球根生産者協会) は、今後球根のクオリティー、環境問題、イメージ、労働環境改善に焦点を絞っていくべきとの意見が出ています。

ユリとチューリップなど主要品目に関しては、LPN (リリー プロモーション ネーザーランドの頭文字) と TPN (チューリップ プロモーション ネーザーランド) の活動の続行が決まっています。KAVB (オランダ王国球根生産者協会) は、生産者から 1 ヘクタールあたり 20 ユーロの義務納入金を徴収し、病害虫対策、環境対策、プロモーション費用に当てようというものです。構成メンバー、非メンバーに関わらず有志が自主的に 1 ヘクタールあたり 50 ユーロを納めるということも可能です。

納入金の使用目的は KAVB (オランダ王国球根生産者協会) の生産グループが決定します。今年、この新しい納入金と運用システムは試験的に実施され、球根セクター全体の協同体制というものが強化されていきます。

連携体制

IBC (オランダ国際球根協会) に代わる新しい組織としての iBulb についてですが、球根と鉢植え球根商品をめぐる活動を引き続き強化していくとのことで、販売が拡大するにつれ、さらに生産と販売経路の改善も期待されます。球根販売業者が iBulb の活動内容、かつ財政面での内容を決定していくこととなりますが、以前にくらべ自由意志による活動と財政運用の方向をとりません。現在では球根販売の売上げ全体の 90% にあたる 85 社が今までの PT の義務的な財政運営にもはや同意できないといえます。

各メンバーが独自に iBulb と契約を結び、自社の売上げから一定の利率 (平均 0.7%) を決定することとなります。ただし球根切り花生産者はそこに別途 0.2% をフローラホランド花市場に納めます。

現在の見込みでは、iBulb の年間予算は 220 万ユーロ、その内訳は市場戦略に 30 万ユーロ、技術調査費に 30 万ユーロ、プロモーションに 160 万ユーロという割合。

これと並んで、販売業者は自由的な納入金として 140 万ユーロを算出し、球根花と球根の市場プロモーションにあてるといふことです。 (Vakblad voor de Bloemisterij から)

「第 3 回球根サミット」チューリップ プロモーション~エンドユーザーが求めるものは~ を開催!

平成 24 年 3 月 15 日 (木) iBulb Japan アイバルブジャパン (旧オランダ国際球根協会) は球根サミット実行委員会と共同で「第 3 回球根サミット」を開催しました。昨年、第 2 回は「球根のドライセール 将来への新戦略」をテーマに球根販売の今後の可能性とプロモーションの組織的な取組みについて議論しましたが、第 3 回目を「チューリッププロモーション~エンドユーザーが求めるものは~」をテーマに開催しました。

このサミットを開催するにあたり、去る 1 月に IBC から iBulb に組織替えることで日本の花き球根マーケットへの販促活動が本部の予算編成により縮小するため、今後国内業界としてどのように対応しなければならないのか、等のために iBulb Japan のレン オークメイド氏、球根サミット実行委員会の豊島正人氏、日本種苗協会花き部花の大和の廣光益範氏、さらにオランダ側より Jan de Wit 氏、Evert van Zanten 氏、Hans Damen 氏で事前協議を致しました。そこで協議結論として、まず最初に、花き球根のメインとなっているチューリップにターゲットを絞り、国内花き球根業界全体 (主にドライセール球根輸入者) に第 3 回開催の案内をし、現状の説明と今後のプロモーションの重要性を問い、業界全体でエンドユーザーのために共通するプロモーション実施に向けて討議すること。また今回は、オランダ輸出各

社は同席しない中で国内業界として花き球根産業をどうしていくのか、議論することが大切である、としました。

冒頭に、球根サミット実行委員会 代表 豊島正人氏によるご挨拶を今回の開催に向けての経緯（上記）を説明し、本日の全体討議で出席者からご意見等頂きながら、次のステップに進めていきたい、と開催側として強く望みました。

サミットは国内花き球根業界から26企業・団体の役員級の出席者29名による全体討議形式で豊島氏が司会進行役とし、前半、後半の討論の間にレン・オークメイド氏から講演をして頂きました。以下、テーマ「チューリッププロモーション～エンドユーザーの求めるものは～」に関連し各討議内容について、一部抜粋しご紹介します。



チューリップ、球根マーケットをめぐる現状を見つめ直し、エンドユーザーに近づくためにはどうすればいいか

（ 江口氏/ アンコーポレーション ） どうすれば消費が伸びるか？にポイントを置き、弊社がお取引している顧客への提案した商材についてアンケート調査を実施。そこで感じることは、「まず、消費者であるお客様に一番近いバイヤーの方が球根をおもしろく、球根をポジティブに商品を扱いましょう。以前より新しいことを提案し、喜んでもらえるような気持ちで接しましょう。」と実際に、バイヤーにそう思わせるために、我々自身がその気持ちで情報を発信する仕方がとても大切である。またプロモーションするためには市場動向調査のためにこのサミットで個々が顧客の調査実態を持ち寄り、分析・集計し、各社事業の糧にしてはどうか。また、球根アドバイザー資格を持った方が現場に対応する仕組みができないか。・・・

（ 廣光氏/ 花の大和 ） プロモーションについて我々球根業者、それぞれ業態が違いますが、非常に難しい面が沢山あり、国内マーケットに対し、オランダ側も将来への不安があり、これからどういふふうに対応するのでしょうか？日本の消費をどうするんですか？このままでは球根マーケットは縮小していく、このままではまずい。・・・ただ共通していることがあるのは、要はユーザーの方への消費の拡大をしていきたい、まず、このペースから固められたらと思う。

（ 中村氏/ J F T A ）・・・（現在スタートしているユリプロモーションジャパンの設立経緯、仕組みを説明いただき）ユリ業界も減少していくままにまかせて良いのだろうか、どのように消費者に使っていただくかということをもっと説明していかなければならない、業界として協力して伝えていかなければならない。・・・

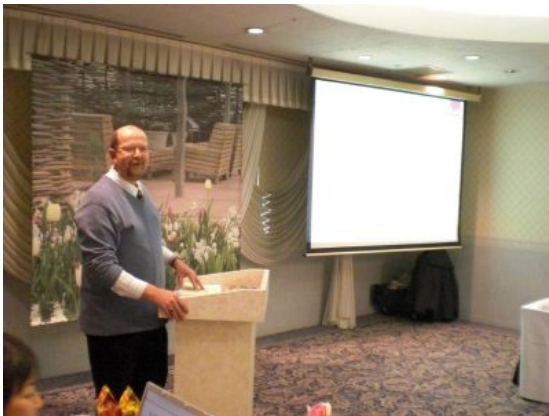
（ 西川氏/ タクト ） 昨年まであったIBCの活動により我々は恩恵を頂いてきた。それが無いとなると今後は一般消費者へのPRするための予算を自分たちでつくる必要がある。そのため輸入金額の何%の賦課が要するのか、会計をどうするかなど検討が必要。

（ 豊島氏/ 司会 ） 日本のために チューリップ・プロモーションジャパン を事実上、我々が下支えして行かなければならない。・・・国内の花き球根業界がある程度意思統一が成され方向が定められた時にどうしていくか、それがまとまらない限りオランダ i B u l b で予算があっても日本向けにドライセルのために、その予算化は成らないのです。我々、業界としてより良い方向にして行かないといけない。

(竹中氏/ 岐阜種苗) ……現状は球根が儲からない、お荷物的に扱われている、後輩は球根商売をやりたいがらない、そのようなムードを打破したい。……ある程度品質の良い球根で30代、40代のまだ園芸に入っていない世代のために、彼らの10年、20年後のためにPRが必要だ。

(森田氏/ ボナフィオリア) 消費減少している要因を検証し、原因を出してからそこに対応していけたらと思う。……

(森氏/ アレナ) 子育て世代をターゲットにしたプロモーションが必要。業界に入って最初の感想は今までプロモーションがされていない業界、なぜ、このようにきれいかわいらしい花で春を感じさせる商材がこんな扱いを受けているのか？今回テーマのプロモーションは賛成で一般消費者の今まで触れていなかった方々に業界全体でPRすることが重要。



ご講演「もっとたくさんの球根を販売する このミッションは成功可能か？」と題し、iBulbのコーディネイター レン・オークメイド氏よりミッション成功の鍵は、「よいタイミングで、正しいターゲットに、ターゲットに合う商品をターゲットに好まれるパッケージで提案すること」と適切なプロモーションについて説明されました。その中でプロモーションを始める前の準備(市場調査等)の重要性、IBC日本の昨年まで活動結果と費用と効果の説明、他国での事例を説明し、花の流通形態(スーパーなど)が違う日本にその宣伝方法を参考にしても無駄なこと。また有効な広報活動の事例など、また新しい機関iBulbについても紹介頂きました。

チューリップ・プロモーションジャパン設立に向けて次のステップに動きだそう

(豊島氏/ 司会) チューリップ・プロモーションジャパン設立に向け動き出すために、今後立ち上げの準備委員会を設けて本日のご意見を反映し、その活動の主旨、役割、規模、その必要な予算等を検討し、……それがある程度進んで行く中で、日本が本格的にその準備に動き出したとなれば、オランダ側からもその準備委員会に入ってもらうことが必要。……

(廣光氏/ 花の大和) この会議で具体的なことが分かったと思う。この主旨をそれぞれが社内的に検討した上でチューリッププロモーションに賛同を得た方が良いのではないかと。また本日、出席されていない方をどうするのかを含めて対応等を検討されてはと思います。

最後に、豊島氏より今回全体ご討議頂いたことを踏まえ、全出席者からは第3回球根サミットに対し配布済みのアンケートに3月末までに提出をお願いし、我々業界としてオランダからの情報の必要性、またいろんな立場の業界同志との協議する機会が必要で今後ともご理解とご協力をお願いし、全体討議を終了しました。その後の懇親会でも出席者間で意見交換が活発に行われ、次へのステップに繋がる有意義なサミットとなりました。

「iBulb Japan アイバルブ・ジャパン」の活動がスタートしました。ユリのプロモーションプランもとてもユニークな計画がすすんでいます。ぜひ、これからの日本の球根チームと「iBulb Japan アイバルブ・ジャパン」の活動にご注目ください！

アイバルブ・ジャパン・ニュースレター2012年4月号(第001号) 発行：アイバルブ・ジャパン

HP：<http://www.ibulb.org/>，<http://www.kyukon.info> メールアドレス：ibulb@aurorajp.com