International Flower Bulb Centre
Bol tot Bloemen

□ オランダ国際球根協会ニュースレター　2010 年 06 月号　VOL.015

● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● CONTENTS ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

● IBC はフラワードリーム 2010（東京ビッグサイト）に出展します
● 夏の球根特集：「グラミニ®（ミニグラジオラス)」Glamini® (mini-gladiolus)
● 球根の売上にかかる税金による球根プロモーションの展開～オランダの実例に学ぶ～
● 球根切り花を使った夏のアレンジメント　2010 年、4つのトレンドについて
● 生産者による消費者向けプロモーション； Kom in de Kas「温室へおいでよ！」

● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● CONTENTS ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

■ IBC はフラワードリーム 2010（東京ビッグサイト）に出展します

IBC は、「フラワードリーム 2010」（主催：JFTD 社団法人日本生花通信配達協会）に出展します。会期は 7 月３日（土）～５日（月）の 3 日間、場所は東京ビッグサイト国際展示場です。

IBC ブースは西 1 ホールのサブステージ・シアター近く。今年は３６０度展開のユリのディスプレイをつくり、様々な品種ユリの展示も行います。今年のテーマは「Fashionable Lily」。現在制作しているユリのパンフレットもここで配ります。乞う、ご期待！

● 「フラワードリーム 2010」では、最もユリの似合う女性を表彰する第 9 回「Ms.Lily2010」賞（主催 JFTD、協力：IBC オランダ国際球根協会、JFTA 日本花き球根輸出入協会）の授賞式が行なわれます。今年の授賞式は 7 月 4 日（日）15 時から行なわれます。

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

● また、7月５日（月）には、ＮＨＫ教育テレビ「趣味の園芸」の公開収録も行われます。　公開収録は、7 月 11 日（日）放送分の「ユリの香りに誘われて」。講師は、育種家の矢澤秀成氏です。【日本はユリの種類が多く、海外で品種改良されているユリの元になっています。魅力や管理方法をお届けします。】
http://www.nhk.or.jp/engei/engei/

● 花に携わるプロから一般の方々まで楽しめる企画が多数行われます。JAFTA 日本花き球根輸出入協会は、日本のユリをＰＲし販売するブースを出展する予定だそうです。

○「フラワードリーム 2010 in 東京ビッグサイト」の詳細は：http://www.flowerdream-tokyo.net/

■　夏の球根特集：「グラミニ®（ミニグラジオラス）」Glamini (mini-gladiolus)

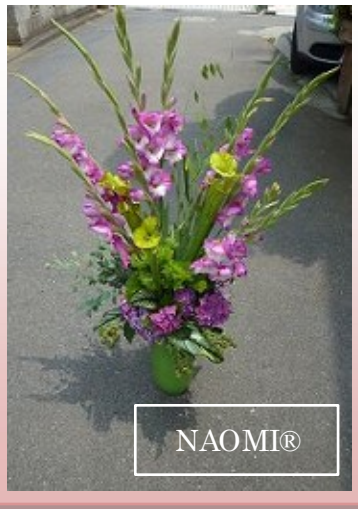
【　今までにない　新しい花が誕生　グラミニ®　】

グラミニ®は３年ほど前から日本に試験的に導入が始まり、今年から北海道・関東・関西・四国など各地の切り花生産地において本格的に切り花用の生産が始まっています。、６～１０月にかけて流通予定です。これまでのグラジオラスとは全く違い、花束・ブーケ・アレンジなど他の洋花と同様に幅広い使い方が可能です。各産地の皆様もこの可能性に大いに期待を抱きながら、市場・フラワーショップへの PR を行っております。新たな商材としてグラミニを提案していきたいと思います。

このグラミニ®は世界的なパテントを取得している花です。まだ、オランダで限られた数でしか球根や切り花の生産がおこなわれていません。このグラミニ®というグラジオラスは丈が大きくなりすぎないのが特徴で、ちょうど70cm から 90cm サイズの切り花として出荷されます。すらりとした姿ですが花の色には高級感があり、普通のグラジオラスに劣らない大きさの花をつけ、何輪もの花が咲きそろい、魅力を発揮するのが特長です。全体のサイズがかわいいので、グラミニ®という名前が付けられました。花束にしてもちょうどいいし、花器に活けてもいいため、グラミニ®は、フラワーデザイナーにとっての活用の幅を広げる魅力的な花材となっています。

アメリカではすでに人気のガーデン素材として知られていてパティオや鉢植えなどに用いられています。花は日持ちがよく、18 日以上もの開花期間があります！グラミニ® は、普通のグラジオラスよりも早く、また長く咲き、風によるダメージにも強い（花弁は破けにくく黄化しにくい）という特長があります。また、虫や病気にも強い。

日本のマーケットに関していうと、140 種類以上のグラミニ®の中で、3 品種だけが流通を始めています。その 3 品種の名前は、**トーマス** THOMAS®、**ナオミ** NAOMI®、**ケリー**KELLY®です。

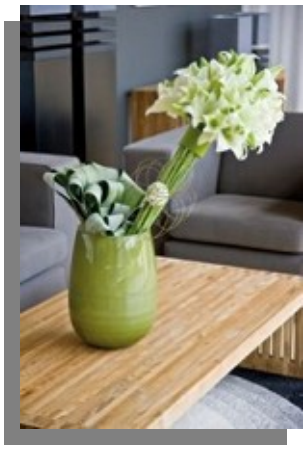


● グラミニ®のオフィシャルサイト：http://www.glamini.nl/home_uk.html

■　球根の売上にかかる税金による球根プロモーションの展開～オランダの実例に学ぶ～

【　資金源は税金！　球根プロモーションの展開　】

オランダの球根業界では、ここ数年国内のポット植え球根のプロモーションに資金を投資しており、成功を収めています。オランダの球根生産業界は、需要の伸び悩みや生産過多により苦戦を強いられていますが、球根なくしてはポット植え球根商品も成り立ちません。そこで球根生産者と球根切り花／鉢物生産者の協力体制の重



要性が注目を浴びており、球根生産者のサポートによる、球根商品そのものの PR が盛んになっているのです。こうしたサポートが可能になる背景には、2005 年から導入されている「球根売上げにかかる税金」が重要な役割を担っています。球根商品がヒットするに従い、球の需要も伸びるという論理です。

オランダ球根生産組合（KAVB）によれば、特にチューリップ、ユリ、ザンテデシア（カラー）、スイセン、アイリス、ヒアシンスのプロモーション用に資金が導入されているといいます。2004 年以降、球根のドライセールスよりも、球根切り花／鉢物生産者の方が順調である傾向が続いており、球根生産者によって納められる「球根売上げにかかる税金」によるプロモーションも自然と切り花／鉢物のサポートに向いているとのこと。また輸出業者や卸業者の団体である園芸評議会の話でも、国外のドライセールスや、切り花／鉢物生産者向けの販売も下降状態にあり、国内の切り花／鉢物生産者向けにプロモーション資金が使われるものしかり、ということです。

プロモーション活動について。オランダの切り花と鉢物に「オランダ花卉協会（BBH）」があるように、球根にとっては「オランダ国際球根協会（IBC)）があり、プロモーションを展開しています。最近の球根協会のキャンペーンでは、ポット植え球根の「１、２、３、春が来た！」が成功を納めている。３つ数えるうちにまさに春を呼び込み、数週間に渡って楽しめるというものである。秋の球根ドライシーズン販売時期と、春シーズンの一般消費者が花壇苗購入する時期の間を上手く押さえたサクセス・キャンペーンとなりました。

似たような例をあげるとすると、「チューリップに夢中！」という TV スポットがあります。オランダ花卉協会の「花に夢中！―Gek op Bloemen!―」のバリエーションともいえそうですが、オランダをはじめ、イギリス、ドイツ、フランスでチューリップの多様な魅力 PR を展開しました。

2010 年のプロモーション費として、切り花チューリップが一番多額の２０万ユーロを、続いて切り花ユリが１５万ユーロをあてられています。そこに加えて最近発足したユリプロモーション基金(LPC)が資金を供給しています。目的は小売店でのユリ情報強化を勧め、消費者にもっとユリ花を購入してもらおうというものです。この資金にはユリ業界チェーンとも言える、育種会社から輸出業者、切り花／鉢物生産者から小売店にわたって１５万ユーロが集められました。内訳を見てみると、切り花／鉢物生産者は市場への卸売上げの０．０５％、オランダ花卉協会が７万ユーロを負担し、そこに花き業界の売上げ税金から１５万ユーロ、前述の球根売上げ税金から１５万ユーロが加わる。このようにして毎年５０万ユーロ近い資金がユリプロモーション基金に集まるという計算です。チューリップやユリに比べ、その他の球根のプロモーション資金は、スイセン１万７５００ユーロ、アイリス３万ユーロと低い。しかし、スイセンやアイリスの売上総額から見れば納得のいく数字でもあります。

しかし、当然のことながらプロモーションは資金のみでは成功しません。フローラホランド花市場、オランダ花卉協会、そして業者から３社が、2006 年に新しい卸センターでのチューリップとユリのプレゼンテーション方法を提唱しました。通常の箱パッキングやバケツでの展示をやめ、もっとインスピレーションを呼び起こすように努めています。CD や写真、パンフレットのみならず、実際に家具を使ったインテリアでの展示方法が成功している。前述の３社では国外１２０カ所の卸センターで、この方法でプレゼンテーションをおこなっており、特にドイツで好評という。実際に数字をあげて証明するのは簡単ではありませんが、ユリではこのイ

ンテリアプレゼンテーションの効果は販売 17%アップしたといいます。

もうひとつ重要なのはタイミングで、特にチューリップは第４週（１月最終週）がピークにあたり、アイリスは５月、ユリは８月中旬が「ショータイム」です。

忘れてはならないことは、球根の切り花／鉢物生産者の球根生産者への牽引力。兼業のところも少なくないため、相乗効果もあります。比較的スケールの小さい種類、ヒアシンスやスイセン、アイリスにもプロモーション効果が現れています。慈善事業やポジティブなニュースとのタイアップも効果的で、例をあげると、スイセンの球根にアルツハイマーに効く要素があるという話が話題になりました。また従来からある種類以外に多種多様の品種があることもアピールしているが、これはやる気のある球根生産者と十分な販売先が必要となってきます。アイリスはオランダ花卉協会をはじめ、育種会社、球根生産者、花生産者、そしてプロモーション専門家の協力体制の元、２０１０年の計画を進めているといいます。今後は球根業界でも、総合的なチェーンの活躍が期待されています。

■　球根切り花を使った夏のアレンジメント　2010 年、4つのトレンドについて

この夏、新しいトレンドが球根切り花の特性を最大限に引き出します。球根切り花の色彩は数え切れないほどあり、形もシンプルなものからロマンチックな二重咲きまで様々です。目をひくアレンジにするために、想像力を使い、自宅を居心地のよい、より一層くつろげる空間にしましょう。

【　サステナビリティ（持続可能性）　】

景気が悪いと、人はあまりお金をかけずに変化を求めようとします。このような状況が逆に想像力を刺激するのです。実際、人によって違いはありますが、総じて個性的で美しいデザインのものを手ごろな価格で求めているようです。理想があっても、実現できるものでなければ意味がないし、自然環境にも配慮しなければなりません。また、この不景気を生き抜くには前向きな姿勢も大切です。そう考えると、「サステナビリティ（持続可能性）」は不可欠です。長期的に見て、この危機的状況を乗り越えた後の未来を考えると、私たちはみな地球という宇宙船に乗って生きていかなければならないのです。

【　ロマンチックな暑い夏　】

２０１０年は、パステルカラーとニュートラルカラー（黒、白、グレー、茶など）を組み合わせてロマンチックなインテリアを創り出します。白や鮮やかなオレンジをアクセントとして使うのが重要です。豪華なアクセサリーに使われたクラシックな花のデザインは優雅さやロマンスを演出します。すべてがアンティークである必要はなく、新しい家具にもそのような華やかな花のデザインが施されています。

グラジオラス、ダリア、ユリなどの豪華な二重咲き球根花はロマンチックなトレンドに最適です。それらの花を白い花瓶に生ければ、可憐なパステルカラーのアレンジに何も追加する必要はありません。テーブルに置けば、新しい中世の絵画のような花々が食卓を飾ります。

家にある様々な物をクリエイティブに活用してください。玄関にある小さなテーブルを花でロマンチックに飾ってください。３～５つの小さな花瓶、コップ、ピッチャーを使って、アガバンサス、グラジオラス、ダリア、ユリなど全く違う種類の花をアレンジしてみてください。花屋でそれらを一本ずつ買ってくれば、１０日間毎日花を楽しむことができます。

【　屋外に広がるリビングルームの延長スペース　】

屋内のオープンプランのスペースが人をやる気にさせます。

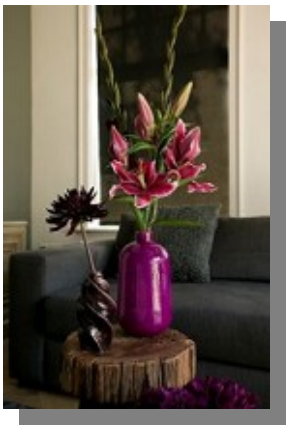
日当たりが良く窓が多い適度な広さの部屋では、通常窓から外の景色が見えます。窓から見える景色は、バルコニー、テラス、庭などで、夏の間は部屋の一部になります。インテリアデザイナーや建築家はそれを「リビングルームの延長スペース」と呼んでいます。当然のことがなら白や淡い色が好まれ、パステルカラーはアクセントとして使われます。なぜならニュートラルカラーと組み合わせたパステルカラーは部屋の開放感を強調するからです。

花に注目してもらうため球根花を生ける花瓶がガラスや白い陶器、シンプルな形が多いのと同じです。カラーやユリなどシンプルな輪郭の花はオープンプランのインテリアには最適です。これらの球根花の光沢のある葉がフラワーアレンジの美しさをさらに引き立たせます。最新の開放的なインテリアに合わせる大き目の花束は、花と花の間に光を通すためルースにアレンジされています。また、花束の随所には付属的な素材として、葉物を入れます。

【　暖かくカラフルな色彩　】

濃い色－特に暖色系－が部屋を居心地がよく暖かい雰囲気にしてくれます。従来のインテリアデザインのトレンドと異なり、多くのニュートラルカラーと組み合わせ、暗い色彩の環境での色使いに配慮します。

このトレンドでは、花の形はあまり重要ではなく、色に重点が置かれます。ソフトで淡い色彩は使いません。その代わり、黄土色、濃い紫、グレー系の緑などが主要な色となります。これらの色彩を表面が荒い陶磁器の花瓶と組み合わせると独特な力強い雰囲気が強調されます。



このトレンドでは、一種類の花だけを使うということはあまりなく、多様な形の花や暗い色彩の花を丁寧に選び、部屋を個性的でクリエイティブな空間にします。

表面が荒く浅い陶磁器の容器に真紅の美しいダリア１～２本を生ければ、家のどこでも存在感のある飾りとなります。春に植えれば自分の庭からダリアを摘んでくることもできます。トレンド、アイディアをもっと知りたい方は www.bulbsonline.org まで、アクセスしてください！

■　生産者による消費者向けプロモーション；　Kom in de Kas「温室へおいでよ！」

「Kom in de Kas」（温室においでよ）は、２０１０年で３３回目を数えます。

オランダ全国の温室栽培の生産者が団体を作り各地で活動しており、オランダでの生産者による最大規模の消費者イベントです。

目的は普段グラスハウスの中で行われていることを、一般の人々に公開することにより、生産する花について消費者に安心感を与えることと、スタッフ（特に若い社員）の勧誘にあります。

今年は３月２７日、２８日に開催されました。好天に恵まれ、昨年より２万人多い１８万人の来場者があり

ました。今年のテーマは「Mooi, Lekker en Gezond（きれい、おいしい、ヘルシー)」このテーマにあわせて今年参加した１５０の生産者がイベントを考えました。　　（「Vakblad」13 号、2010 の記事から）

ブライダルショー　地域の生産者の女性がブライダルショーを行いました。手に持っているブーケは、デザインスクールの学生が制作しました。

親父バンド Blues in de Kas によるライブ演奏。

フルーツ（イチゴ、パプリカ、トマト　と花（カミラ、タンポポ、バラのはなびら）から作られたワインの試飲会。

苗を自分で植える子供達　　当日用意された苗１０００鉢はすぐになくなりました！　このアトラクションのスポンサーは人材派遣会社です。

鳥とふれあう実演ショーも行われました。

□　サッカー・ワールドカップ日本対オランダ戦、日本はオランダを崩しきれず 0－1 の惜敗。日本の善戦の結果、先月号の予想は結局誰も当たりませんでした・・・。でも、両チームとも最後まであきらめない、いい試合でしたね。

■　オランダ国際球根協会ニュースレター第 015 号６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