

## 今月のコラム

### 園芸道を歩む

株式会社 グリーンプラザ  
代表取締役 石川 昇

現在の園芸人口、園芸消費金額などは園芸ブームと言われた時代の3分の2ほどになり、社会情勢の変化とともに消費が低迷した結果、異業種参入業者の撤退、それだけでなく本業の企業の廃業や、組織変更が目立つ現状である。私は3年前にも、このコラム記事Vol. 67にも活字にしておりますが、粗悪商品が業界を悪化させ、価格競争によるローコスト商品の罪悪品が進行し、真の園芸愛好家たちを裏切り、ポピュラーな園芸愛好家が減少になり、総需要が減ったのです。しかし、本当の花好きさんは、良品を求め、ガーデニングを楽しんでおります。植物が喜ぶ園芸品の供給が求められて、手軽に楽しめる商品でも原理原則にそった園芸の基本に忠実なものが供給されなければなりません。



生産育成potサイズも生産技術の向上により、小さめになり流通コストの軽減は、コストダウンになっております。しかし、通気性、保肥性、保水性など、生産者は、販売者、消費者の立場も考えてもらいたい。夏でも商品の維持管理しやすいpotサイズと培土を望み、出荷すれば即売り上げになるのではなく、リピートのある商品づくりを園芸先進国に学びましょう。今、求められている商品は安心して楽しめる価値ある商品で、数量が多く売れる時代は終わり、本当にいいものを手堅くアピールしなければいけません。

花育運動が若年層を中心に全国各地で催されております。その対象者が実際に購買に結びつくのは何年後でしょうか。その親の園芸の理解度は？学校の教師の園芸を育む熱意にもさみしいものがあります。新たな需要の創出も大事ですが、今現在の園芸愛好家の減少をなくし、満足度の高い商品、本物志向で価格相当以上の品質が多く供給されなければなりません。本物と偽物の違いは、時代が経つと価値の上がるものと価値が下がるものと言われております。日本の園芸業界の現状は欧米と比較すると悲しいもので、早くこの体質を改善しなければ明日のガーデン業界はないでしょう。

ガーデニング本場英国では、木製品の多くはチーク材で、激寒に耐えるテラコッタ、そして耐久性のあるアイアン製品。我が国では木製品の材質、耐久性は？北国では冬に外に出せない耐寒性のないテラコッタ、鋼の質や太さが問題のアイアン製品、1～2年でゴミになる商品は園芸の普及に貢献しない。

花文化が栄えた江戸時代の陶芸鉢のレプリカの新作の拡充が進んでおります。これも今の園芸界を案じた商品といえよう。陶磁器鉢の再来は器から楽しめる園芸、PC製品の普及により主役の座を失った陶芸鉢。しかしながら盆栽だけでなく、今、人気といわれる多肉植物や苔類、草物など価値のある陶芸鉢が趣味家だけでなく、若年層にも普及が目の前に来ております。これは本物の園芸普及(昔の園芸)を望む人々の思考が現実化しています。

生活雑貨の店やインテリアの店、そして100円均一の店など多種の店舗で園芸品は販売され、本来の園芸道から道外れた商品は、花好き園芸好きになろうとする人達の裏切りになり日本の園芸文化の振興に背くことになります。世界に誇る日本の良き伝統園芸を築くのもこの業界で破壊していくのもこの業界です。本来の園芸道を歩まなければガーデン業界に明日はない。





カエデ  
kaede



## 「8月度研修会 in カーブドッチ」報告

2015年8月5日

会員研修委員会 委員長

(株)ニチカン 中河 元

新潟駅に集合してバスで向かう。現地まで50分弱かかる。到着後掛川社長に御挨拶後に施設を見学する。ワイン売店、レストラン、喫茶店、ワイン醸造施設を見学する。その後、講演会を行う。物を売るな、事を売れ、本当の差別化戦略とは、という題目で講演をいただく。

掛川社長は100%ブドウで作るワインを販売するというのが最初の目的であると言われていた。そのころにその様なワインを製造しているメーカーは日本になかった。これがまず、非常識な経営だと思う。また、酒の販売で代理店を通さず直接販売を行う。これも当時、非常識であったと思う。さらに資金が無いので、1万円で木のオーナー制度を作り1年目で3000万円の資金を作る。これも、非常識である。(現在はクラウドファンディングと言われている方法を実行している)



理念、目的は創業者の、「本物のワインを飲んでいただきたい」という夢に賛同した社員が集まり、バイトはボランティアで働く、理念経営の実践、まさに社長の夢と社員の夢の一致を実践して来られている。

更にすごいのは、木のオーナー制度を最初は、ダイレクトメールを上場企業社長の秘書に郵送する方法を思い付き実行する。何人か出資者を募る事に成功する。

また、木のオーナーがお客になる。出資者がファンになる。

その中であくまで理想は、アメリカのワインの聖地ナパバレイ(300軒のワイナリー)新潟のワインコーストを目指す。

夢が人を突き動かす経営を実践している。夢はお金では買えない。でも、夢を信じた人はお金もだし、力も貸す素晴らしい巻き込み経営であった。

また、創業当時経営の算盤として、掛川社長がいて、論語として、あるいはカリスマとして落社長がいて、まるで、ソニーの盛田さんと井深さんの関係にも似ていると思った。

今回の研修会で、会社が継続するためには、熱い目標と、同時に緻密な戦略の立案が必要なことを理解した。新たな市場を自ら作る重要性も学びました。本当にためになる研修でした。

非常識とは、付加価値であり、夢とは経営者、社員、お客様が一致団結できる錦の御旗であり、これを持つことが、社会貢献する企業を作る事になると感じました。







カエデ  
kaede

## 花と緑のおもてなしプロジェクト

### イベント報告27年度

(有)緑花技研 藤田 昌志

7月31日におもてなし花壇が設置されているシンボルプロムナード公園内にて、公園内植栽樹木の新樹種見学会を行いました。日本植木協会新樹種部会会員の吉澤信之様に講師をお願いしました。

33名の方にご参加いただき、ガーデンを考える会会員からも参加していただきました。園芸業界のみに関わらず様々な業種の方々が集まり、有意義な見学会となりました。



見学会の様子

「花と緑でおもてなし」五輪プロジェクトの一環として、8月1日、2日に「スポーツ＆フラワーフェスタ2015」へ参加しました。フラワーフェスタでは、イベントブースを作成し会員より提供頂いた花苗の配布と、東北震災支援として我が会で行っている「被災地小学校支援」の募金活動を行いました。

今回のイベントにご協力頂いた会員は、(株)シモジマ、(株)J A東海グリーン、(株)フラワーオークションジャパン、(株)芳樹園、(有)緑花技研の方々です。

イベントブース以外にも、各企業、団体の作成したおもてなし花壇を巡るツアーや、クイズラリー、スタンプラリーが行われました。

「被災地小学校支援」の募金活動では、6,767円の募金が集まりました。



おもてなし花壇を巡るツアーで、ガーデンを考える会の庭「スタンディング コンテナ ガーデン」を説明



イベントブース

## 研修セミナーのお知らせ

### 『人の5倍売る技術 ～テクニックよりも大切なもの～』

日 程：平成27年10月15日（木）16：00～17：00

講 師：元山形新幹線「つばさ」車内販売員 茂木久美子氏

会 場：幕張メッセ（10月14～16日開催のGARDEX内セミナー）

内 容：接客の中で、テクニックよりも大切な心得を学ぶ。

◆ガーデンを考える会会員特典として、セミナー参加申込希望者には、会よりセミナー聴講券をお渡しいたします。  
ご希望者は事務局（FAX：052-571-2208）まで、御社名・参加者名をご連絡ください。





カエデ  
kaede

2015 9 SEP. Vol.86

NPO法人ガーデンを考える会 会報



## 株式会社細野ライフデザイン SINCE 1982

- 今年で設立33年目を迎える当社のメイン業務は(売上高が多い方をメイン業務と呼んでいます)カタログやパンフレットを制作するグラフィックデザインです。今日まで続けて来ましたが代理店さんからの仕事は請ず、全て企業様と直接お取引をさせて頂いた事かと思ひます。一昨年より後継者も加わりまだまだ頑張る所存です。
- 今はイタリアンレストランとステージ舞台が複合した新しい施設オープンのために、パンフレットはもちろん、ロゴマークや撮影(料理・施設)、メディア対応などまた業務に必要な名刺・帳票類からハンコまで、お施主様の利益を考えあらゆるものを作ります。
- 実践は案件の内容規模に合ったカメラマン、コピーライター、デザイナー、スタイリストなどとプロジェクトを組んで仕事をやっつけて行きます。私はプランニングが主たる業務ですが、規模や状況によって、デザインやカメラ、コピーを手がけています。(何でも屋です)
- そんな私たちに欠かせないのがMacのパソコンですが、ここのところの暑さで本体が熱くなり保冷剤を貼って見ました!「頑張れよ〜!! Mac〜」と心で叫んでいます。
- 一方17年目を迎える環境主眼のフィールドファイン事業部は「テラコッタ陶芸」の教室運営(FCサポート含め)を東京近郊7カ所で約300名の生徒さんを対象に行っています。また「野鳥の巣箱」の販売もコンスタントに続け、今年は新しいデザインの製作に取り組む予定です。
- まだまだ欲張りな私です。特にグリーン関係のビジネスは大好きなので何かデザインや販売促進などお手伝いができる事がありましたら、よろしくお願い致します。



ロングランの「C-3型巣箱」



細野 康夫 hosono@fieldfine.com  
〒135-0031 東京都江東区佐賀 2-13-3 第5カネマルビル 6F  
TEL03-5245-7500 FAX03-3641-6030



## 会員紹介

### 横浜植木株式会社

横浜で創業し、今年で創業124年となり、園芸総合商社として現在に至ります。鉄砲百合の輸出業務、ウエキ式噴霧器の製造販売、園芸関連の輸入品販売、園芸展示会、種の分野では、赤肉のクインシーメロンやリーフレタスなど、馴染みある歴史、イベントがあり取扱商品があります。近年では、花苗の開発も進み、人気商品サルビア“ファイヤーセンセーション”“チェリーセンセーション”や7月に開催された北海道フィールドトライアルで金賞を頂いたヨコハマトワイライト、秋より販売される神戸ビオラがあります。

毎年1月に行われる園芸総合展示会は、今年で41回となり、多くのガーデンセンターの方が来場されました。オリジナル商品を中心に155社の出店メーカー様の協力を頂いています。園芸業界も世代交代の時期に入り、商売も環境も変化しています。環境の変化に対応しながら、業界の繁栄に向けて、力を尽くしていきたいと思ひます。

横浜植木(株)園芸部 長沼 美拓



- ①リトルバニーティレッド
- ②パープルフェイスイエロー
- ③リトルバニーパープルフェイス

〈神戸ビオラ 新色〉

横浜植木株式会社  
〒232-8587 神奈川県横浜市南区唐沢 15 番地  
TEL045-262-7400 FAX045-231-3968  
<http://www.yokohamaueki.co.jp/>