

ガーデンを考える会・大阪園芸商組合 ブロックセミナー
10月24日(火) クリエーションコア東大阪

司会進行: 中川(ガーデンを考える会)

発言者 内容

上野会長 挨拶

ガーデン会の概要

これまでは展示会を中心とした活動をしてきたが、IFEX・GARDEXといった展示会が多くなってきた為、勉強会や講習会を中心とした活動に推移しており、今後はワークショップなどにもつなげていきたい。

土地の2020年問題、人口流出、少子高齢化、園芸専門店の減少、女性の社会進出による余暇時間の減少など、我々を取り巻く環境の変化の中でどう園芸を盛り上げていくかを考えていきたい。

過去のアプローチとして震災支援をしてきた。

非認知能力を高める教育であるクエスト教育を文科省とともに進めていきたい。

久門会長 挨拶

中身の濃い内容のトークになることを期待

出席者全員 自己紹介

村雲

花き業界の現状について(農水省資料)

切花消費について、長期的にみて減少しているが、下げ止まっている状況

50歳以上のお客様がほとんどの消費を支えている。

若年層の取り込みも大切だが、メインターゲットの50歳以上への訴求が大切なのではないかと

ホームセンターが売り上げを伸ばしてきているが、まだまだ専門店の販売が多い状況。

今後も専門店のクオリティを発揮してもらい実績を伸ばしてほしい。

現在の取り組みや、販売方法の工夫などを

中河

お客様の層の変化はあるか

長底

現在はおお客様の層は若返っている。

バブル崩壊とともに、お金を持っているいい年配のお客様がいなくなっていった。

若年層をターゲットに変えていった

中河

購買層を変える方法とは？

長底

配達をやめた。年配は減る。若い人は自分でくる。

雑貨や輸入品などの目新しい商品を置くことで、若い人がくる。(従来の年配客が若い人を連れてくる)

客層が若返った現在は、店内をゆっくり見て回れるように工夫している。

中河

その他のお店の方はどうか？

大北

野菜中心の店なので、年配のお客が多い。

売り方、商品管理に注力し、お客様に安心感を持ってもらえるよう努力している。

中河

山内さんは？

山内

ガーデニングブーム時は同じものが大量に売れた。

ここ数年は同じものが、同じ量売れることがなくなった。

お客様が自分でスマートフォンなどで商品を調べて、「これを取寄せてほしい」というオーダーが多くなっている。

60代以上の来店は少ない。

上野

先ほどの資料での「専門店が多い」のは切花では？

鉢物ではホームセンターが圧倒的に多いと感じる

山内

切花も扱っているが、仏花は毎年ほぼ同じ金額。

アレンジは伸びている。

前田

年配の方の買う量は減っている。

SNSなどで情報を得ている若年層が購入するインドア植物は堅調。

やさいは客単価が落ちている。より素人のやさい作りの割合が高くなっている。

売するために生産者に発注、市場仕入が減っている。

切花に関しては、夏場はゴミ問題もあり造花の取扱を増やしている。

中河

お墓の仏花も造花か？

片井

生花がダメなお墓も増えている。

中河

前田さんの店舗の客層は？

前田

若いお客さんもたくさん来る。

チラシはうたない。インスタグラムのみ。

かなり遠いエリアからの集客も出来ている。

インスタグラムは若いスタッフにってもらっている。

- 荻野 最近ではマニアックな注文が多くなった。
市場ルートではない山野草など。
しかし、ほしい数量がまとまらないので、買うルートを教えてあげたりすることもある。
- 村雲 山野草などの生産者が減っている。そういう商材はアソートセットなどを作ってカバーしていくしかない。
大北園芸さんはやさい苗に特化しているとのことだが、育て方等のサポートはするのか？
- 大北 モチロンする。それが信用につながっている。
- 村雲 ホームセンターは品揃えで集客を増やし、滞留時間を延ばす工夫をしている。
専門店はそこまでできないし、単価も上げていきたい。
ノウハウをしっかりと教えてくのが専門店だと考えるがどうか？
- 大北 はじめてのお客様にもしっかり教える。
教えてあげたお客様が経過報告に来るようになり、リピーターとなっている。
それを継続することにより口コミで来るお客様もいる。
- 村雲 植物の育て方でお客様とSNSなどで繋がることはあるか？
- 大北 ブログはしている。
- 小西 良いやさい苗を作っている人もやめていく。
全体的には売れていない商品でも個別店では売れている商品があるが、廃番になるのが辛い。
海外法人客が増えた。中国・タイ・ベトナムなど。
日本人が海外で農業している。フランスで農業をする女性もお客様にいます。
- 中河 日本の安全安心がある。
中国などでは自国の安全を信じていない。
- 中島 21年間、ガーデン会をやっている。過去にはジャパンガーデンショーをシンボリックな事業としてやってきた。
他の展示会の台頭により、展示会形式の事業をやめたので、シンボリックな事業が無くなっている状態。
大阪園芸商組合では展示会を行っているというが、ガーデン会と一緒にできることや、要望などはないか？
- 久門 「関西4市場合同園芸商祭り」を行っている。
4年前から愛知安城の生産者と合同で展示会を始めた。
- 中島 対象のお客様は？
- 長底 愛知安城の生産者からの呼びかけがきっかけ。
大阪園芸商組合には大植・鶴見・西日本の会員がいる。
それで園芸商組合を使って、市場合同の展示会をするに至った。
お客様は各市場の買参人。
いまは姫路も賛助会員に入り4市場。
- 中島 出展者は資材メーカーも出れるのか？
- 長底 資材メーカーも出れる。タキイさんなどの種苗メーカーも。
秋も開催するようになったのはシクラメンやシンビジウムの販売を伸ばすため。
- 廣澤 売店と生産者が出会うことで本当に求めていることが共有できる。
今後は市場と市場の連携が大事になる。運送が厳しい。
需要のある地域で調達し届ける仕組みが必要。
- 上野 1個ほしいというオーダーにどう対応している？
- 廣澤 売店から仕入れることもある。
- 根田 お客様ニーズが変わってきて小ロットに対応することは今後の課題
- 上野 小ロットは小売店の仕事では？
- 片井 例えば1ポットのオーダーがあったとして、店で売りきれものなら24ポット買い取って、残りは店で売切る。
そうでないマニアックな商品であれば仕入に運賃が付くことを説明する。そうするとネットで買うということに落ち着く。
売店では実物商品を見て、その中からいいものを選んで買うことが醍醐味。だから1ポットのオーダーはネットでいい。
一般の方は運賃の概念がない。運賃ナシに慣れすぎている。ネットで運賃が付くから、お店にオーダーというお客様もいる。
- 前田 工事物件では小ロット対応もする。
納期管理や品質を守って、しっかり対価をもらう。
- 上野 園芸店はかなり減ってきている実感。HCの売場面積も減っている気がする。
- 安藤 大手ホームセンターでも売場は減少傾向。
他業態での売場は増えている。

ヘビーユーザー向けの売場は減っているが、ビギナー層に向けた店は増えている。

- 廣澤 園芸店が減っている原因として後継者問題、修理してまで続けない等がある。
たたむのであれば、力のある人に継承してもらえるように頼む。
昔ながらの店が減っている。インテリア感覚のお客様に訴えられるお店は増えていく。
いかに興味を持ってもらえるかが大事。
- 中河 ホームセンターが真似したくなるような専門店がないと市場がシュリンクする。
- 大石 売店が素人化している。商品説明ができない。
売店から季節はずれのオーダーが増えている。
多品種小ロットで卸会社も疲弊している。
現在は売店のお客様に説明する内容を売店に説明している。
末端まで説明がいききっていないことが問題。
- 上野 HCと専門店の一番の違いはちゃんと説明できること。
HCはなんでも売れる。
業界としては植物を生業としている専門店のサポートしていきたい。
- 大石 プロセスを楽しむのが園芸。
その情報を発信していくことが重要
- 村雲 今話しているのはみんなが思っている基本的に分かっていること。
末端のお客様へのワークショップ開催などをしていこう。
- 廣澤 市場の仕入れも見た目重視になる傾向があるのがこわい。
- 村雲 展示会にはくるが、その場では買わない。
専門的な知識が多岐にわたる。
- 中河 カインズでは体験型ワークショップを常設。
体験型ワークショップ参加に代金をとる。
アマゾン等のネット通販が脅威になっている。
それらに対抗するために行っているのがワークショップなのではないか。

商品開発・サービス開発は自分の中にある感覚を信じるべき。
最大公約数的な商品は売れないことが多いのでは。
- 村雲 価値観が大切。
生産者の方は植物の管理の話は得意。その話をスタッフやお客様に伝えていければと考えている。
「5年後どうなっていたいか」をいうお話を聞きたい。
- 長底 1年後・2年後のことはわからないが、10年後のことは考えている。
- 片井 イメージはわいてはいない。
野菜中心は厳しい。
高齢のお客様がへってくる中で野菜でリピートは取れない。
- 大北 なにかに特化していかなければならないと考えている。
- 長底(孝) 素人相手に商売する方が商売しやすい。
専門店の知識をお客さんに教えていくと、お客さんがプロになり、より専門的な店を探すようになる。
だから花でお客さんを呼ぶことはしたくない。
HCでは講習会とかがおおくある。専門店はそこまでスタッフ教育にお金と時間をかけられない。
- 長底 何も買わずに園芸相談だけしてくる。
客がプロになると帰ってこない。
- 大石 育てたセミプロたちがビギナーを連れてきていた。
- 長底 そういう時代ではなくなった。
今は連れてこない。
- 中河 盛り上がっているが、時間が来たのでいったん終了し、2次会会場で。