

## 今月のコラム

平成30年1月1日

### 『未来意志』

NPO法人ガーデンを考える会 会長 上野 和治



新年明けましておめでとうございます。

新しい年を向えるに当たり、新鮮な気持ちで『未来に向けて新しいことに挑戦しよう!』という気分でいっぱいになります。未来への決意です。

昨今、巷では若い人達の恋愛離れなどで少子化、人口減少と同時に、医療の発達などで超高齢化社会となり、人生100年時代へと突入し、益々不安定な人口ピラミッドになってきています。これからの日本社会は人口問題、高齢化率において着々と最先端社会を歩んでいるのです。国内の社会的課題は、食糧問題(自給率、食糧廃棄など)、高い子供の相対性貧困率、インフラの老朽化、耕作放棄地などなど課題山積です。環境問題、国際問題も同様で、その上に個人課題となります。

このような環境下で各人がしっかり未来予測を立てることは並大抵な事ではありません。これからは還暦を過ぎて、40年先までしっかり自己責任で生活を確保しなければならないのです。現代人は本来の生物の生き方とは大きく変わってきたのです。ほとんどの生物は次世代へと効率良く限られた資源で生き抜いて世代交代をする。私見ですが我々後半戦三分の一にそれぞれの人生の意味づけを強いられるのです。私たちに課せられた役割はこのような時代のなかで園芸、植物で如何に今後上手く係り、仕事場、生活空間の中で共存共栄の関係を作り上げていくか?だと思います。特に今、我々に求められている心地良い住空間、子供たちの生きる力の習得に繋がる生きた教育や躰、大人の職場で強く求められている働き方改革においてもどのように係っていくべきか?しっかり知恵を絞れば、素晴らしい職場環境と同時に労使関係が構築されていくものと確信いたします。

人間が生きていく上で、植物は我々の原点であり、自然大地の母のような存在であると思います。今、私たちは園芸を通して植物とのかかわりの中で、自然の大切さ、生き物との相互扶助関係を習得し、子供たちの教育、躰、現代人の生き方や働き方を大きく変えていくものと確信いたします。

昨年は全国各地で、いろんな人達とたくさんの勉強会を重ねさせていただきました。改めて園芸、植物の大切さ、奥深さを感じ取ることができました。そしてその場で係る人たちの熱き想いを感じさせられました。若い人達は明らかに一步一步前進しています。微力ながら私たちもしっかり団結行動をして、園芸業界を次の世代にバトンタッチしていかなければならないと確信いたしました。厳しい未来予測はありますが、私たちは園芸、植物パワーをお互い享受しあいながら、強い『未来意志』の姿勢で時代を先取りして、進んでいきたいものです。

会員の皆様、今年もご協力の程、よろしくお願いいたします。





## 研修セミナーのご案内

### 『東京五輪への緑花業界の関わり』

2020年東京五輪に向けて緑花業界としての現状の動きと、今後、緑花業界が関われる可能性について考えます。さらに、緑花業界がどのように関わっていけるか会場からの意見も吸い上げる形で意見交換を行います。

【日時】2018年2月16日(金)14:30～17:00 懇親会 17:30～19:30

【会場】セキスイデザインワークス(株) (東京都新宿区揚場町1-21 飯田橋升本ビル7F)

【参加費】2000円、懇親会別途

講演「夏に緑花でおもてなし」

講師 東京港埠頭株式会社  
早貸 秀樹氏

パネルディスカッション

パネリスト・東京港埠頭株式会社 早貸 秀樹氏

・公益財団法人都市緑化機構 今井 一隆氏

・株式会社フラワーオークションジャパン 平田 隆明氏

コーディネーター：有限会社緑花技研 藤田 茂氏

【申込】FAX：03-5718-3290 E-Mail：s-fujita@r-giken.co.jp 2月9日まで

## 活動報告

### 研修セミナー

### 『自産自消のある生活が世界の農業を変える!? ～2020年の日本の農業未来予想図～』

10月11日[水]～13日[金]の3日間、国内外から植物・園芸・造園に関するあらゆる商材が一堂に出展される国際商談会第14回国際フラワー&プランツEXPO(IFEX)と第11回国際ガーデンEXPO(GARDEX)が、幕張メッセで開催され、併催EXPO併せ4万2761人が来場した。主催はリード エグジビション ジャパン(株)。ガーデンを考える会は併催イベント「第7回農業ワールド」内専門セミナーで10月11日(株)マイファーム代表取締役西辻一真氏を講師に「自産自消のある生活が世界の農業を変える!?～2020年の日本の農業未来予想図～」と題した講演を共催した。セミナーは会員と来場者含め103名の参加であった。

### マイファーム 西辻氏のセミナーを聞いて

(株)花ごころ 営業部 竹川 秀夫

1時間という時間がとても短く感じる情報量の多さにまだ話をお聞きしたいという気持ちになりました。農業をビジネスとしてそれに携わる人々のすべてがよい循環になる仕組みの一つの方向が紹介されました。

「農業が好き。農業がしたい。田舎で暮らしたい。」と就農しても既存の農業では経営が成り立たず厳しい現実が立ちはだかります。そんな中で、マイファームの西辻さんの活動は、農業がしたいがやり方がわからない人のための学びの場を作り、農業をしたいが農地がない人に耕作放棄地を探し、せっかくおいしい野菜を作っても売り先のない人に流通を構築し、作った野菜を販売するルートを作る農業を取り巻く環境を仕組みづくりからトータルでかかわることで、安定した農業ビジネスを構築しようとするものでした。

花ごころが、今行っている「腐植」を使って畜ふんの臭いを軽減するという循環型農業も、より良い堆肥をつくる事も部分的に通じる場所があり、とても共感し、こういった新しい農業ビジネスモデルのなかでお役に立てる部分があるのではないかと思います。

西辻さんのように幼少期から自然・野菜に触れあう機会を子供たちの未来のために、今取り組める事に目を向ける事の大切さを感じました。西辻さんのセミナーの中で日本の農業の明るい未来を垣間見ることができました。この活動を家庭園芸の中にとどまらず、つながりを展開できるように積極的にかかわっていきたいと思います。





活動報告

ガーデンを考える会 関西ブロックセミナー

10月24日(火)クリエーションコア東大阪において、大阪園芸商組合会員様とのフリートークを開催した。

出席者(敬称略)

大阪園芸商組合：久門正廣(美花園芸(株))、大北健一郎(大北園芸)、小西光(小西種苗園)、山内昌三(有園舎)、長底章夫(株)GP-山長)、長底孝浩(株)GP-山長)、片井想(有緑のマーケット)、安藤明(株)アンドー)、荻野明(西日本花き(株))、廣澤秀人(株)兵庫県生花大阪植物取引所)、大石直弘(株)JF鶴見花き)、松本龍清(株)JF鶴見花き)  
ガーデンを考える会：上野和治(株)レイハウス)、中島吉之(中島商事(株))、村雲俊作(豊明花き(株))、中河元(株)ニチカン)、前田悟(株)A東海グリーン)、根田武史(株)タカショー)、吉村定真(大和プラ販(株))

内容抜粋

**村雲** 花き業界の現状について。(農水省資料紹介)切花消費については長期的にみて減少しているが、下げ止まっている状況。現在の取り組みや販売方法の工夫などをお願いします。

**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。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。

**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。

**山内** 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** 鉢物ではホームセンターが圧倒的に多いと感じる。

**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。より素人の野菜作りの割合が高くなっている。

**荻野** 最近市場ルートではない山野草などマニアックな注文が多くなった。数量がまとまらないので、買うルートを教えることもある。

**村雲** 山野草などは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。

**小西** 良い野菜苗を作っている人もやめていく。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。

**中島** 21年間ガーデン会をやっている。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。

**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。いまは姫路も賛助会員に入り4市場。お客様は各市場の買参人。資材メーカー・種苗メーカーも出られる。

**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。需要のある地域で調達し届ける仕組みが必要。

**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

**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、残りは店で売り切る。そうでない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。

**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。たまたまであれば、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求でき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。売店から季節はづれのオーダーが増えている。現在は売店で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。業界としては植物を生業としている専門家を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。

**中河** カインズでは体験型ワークショップを常設し参加に代金をとる。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。



※ 全文はNPO法人ガーデンを考える会ホームページに掲載



活動報告

## ガーデンセミナー in にいがた ‘園芸業界のあたらしいあたりまえ’

11月22日(水)新潟ユニゾンプラザにおいて‘園芸業界のあたらしいあたりまえ’をテーマに「ガーデンセミナー in にいがた」を、講演・パネルディスカッション・懇親会の三部構成で、新潟県花き振興協議会と合同開催した。

**出席者(敬称略) 26名**

(株)新花 3名、みずのともこ(旬勝樹園)、大橋(旬グリーンランドエデン)、新潟農業バイオ専門学校 2名、皆川(ぶりむろーず)、石川治彦・岡田博通・羽生憲之・布川貴幸・遠藤和彦・樋口巧・堀川由行(芳樹園)、中島吉之(中島商事(株))、アグロガーデン 2名、新潟県花木振興協議会 2名、Atelier Mooi Bloem、権平(みどりデザイン研究所)、細江(株)ナカヤマ、豊島正人(新潟県花木振興協議会)、高正園 2名

### 【第一部】講演：室内緑化の最新事例と緑の効用

講師：藤田 茂氏(屋内緑化推進協議会理事/旬緑花技研 代表取締役)

**内容抜粋**

緑化の人への効果・経済的効果・植物の効果・呼吸器、頭痛等に効果。ヒートアイランド・熱帯夜は、植物をたくさん植えることで解決できる。空気浄化はNASAでも研究。店舗の集客が見込め、人に安らぎを与える。光が少なくても成長できる植物を選定、簡単に取り替えが効くこと。国内外の建物緑化の最新事例、海外で進む屋内緑化、韓国ソウル市役所などを紹介。

石川理事 室内緑化・オフィス緑化がテーマになる。陽樹より陰樹が脚光を浴びる時が来るのではないかと(マンリョウ、ヤツデ、アオキ、ヤブコウジ、その他多数)



### 【第二部】パネルディスカッション：これからどうなる園芸界

パネラー：上野和治氏(ガーデンを考える会 会長/株)レイ・ハウス 代表取締役)

前田 悟氏(屋内緑化推進協議会 会長/株)JA 東海グリーン 相談役)

平田隆明氏(株)フラワーオークションジャパン 取締役 鉢物部長)

村雲俊作氏(豊明花き(株) 常務取締役 営業本部長)

コーディネーター：石川昇氏(新潟県花き振興協議会 理事/株)グリーンプラザ 代表取締役)

**内容抜粋**

上野 それぞれの立場で協力し合ってどのように考えるかがテーマです。生産の伸びている所は、作りにくい商品を作っている。作りやすい商品を作っても市場で売れない。

村雲 良い生産者、良い売店はどこのお店と話しても、厳しい感じが無い。自分の強みを知っている店は頑張っている。集客の仕組みをどうするか？

石川 ネット販売の成長もあり、海外も状況が変わっているのではないかと。

平田 オランダのアールスメールでは、セリ場には人がいないが、それに替わるものとしてネットがある。ネットオークションが成長している。しかし、自分は消費者に対する情報発信が必要であると考えている。苗に付いている管理ラベルが30年も変更されないのはおかしいのではないかと。

前田 地球の環境が変わっているため、夏場や冬場は、ガーデニング等はどんどん消費が落ちる。室内緑化の商品は、天候に左右されないのが順調である。東海グリーンでは新たな試みとして、インテリアグリーンのライフスタイルショップを始め2年目は170%売り上げた。特に売り場を若い人に任せることが大事。SNSや若者の嗜好性を考えて提案すると、安く売らなくても新しい消費者は値段を知らないのでも高く販売できる。健康・楽しい・環境浄化を切り口に提案すると、仕事はたくさんある。

上野 各地で価格調査をしたら量販の方が価格が1割~2割高い場合がある。それは意図して高く売っていると言っていた。そのかわり商品の見せ方に努力をして、パートさんの教育に力を入れている。園芸分野にとどまらず、あらゆる業界の良い所を吸収する。

村雲 ガーデンを考える会での取り組みとしては、レモンプロジェクトというものを考えた。レモンは栽培しやすいので、成功体験して頂ける。そう言う「事」を売るという方向を出すべきではないか？その発信を続けることが大切。この業界も一歩進んだワークショップが求められる。→集客につながる。

平田 良い夫婦の日、フラワーバレンタインなど園芸のものを色々考えるが、生産者の皆様や園芸店、花屋さんが乗っかって来ない。是非今後も関わって頂きたい。

前田 花は室内、野菜はオーガニック、無農薬が進んでいる。アメリカ・ドイツ・フランスがオーガニック先進国です。ミレニウム世代は、環境にやさしく体に良いものを求めている。花もグローバルGAPの対象に入っているため、今後IKEA等に商品を入れたい場合は、準備が必要です。

上野 植物を中心に商売しているので、その良さを消費者に伝えて業界で一致団結すべきである。

※ 全文はNPO法人ガーデンを考える会ホームページに掲載

