

今月のコラム

贈り物の時期に思う

(株)レイ・ハウス
上野 和治



先日、母の用事で銘茶の老舗店へ行って参りました。母の友人に手渡すちょっとしたお心づくしを買い求めるためにです。お店に寄せてもらったのは、時間帯悪く、閉店間際でした。店内は、私と同じく急がれているお客様で一杯でした。手ごろな値段の物を選び、店員さんに「これを3つお願いします」と頼んだところ、番号を書いた札を手渡され「こちらでお待ちください」とカウンター前の列に並ぶように促されました。しばらくすると「お客様、たいへんお待たせいたしました」とカウンターの店員さんが私のところまで迎えにきてくれたのです!!混んでいるとはいえ、カウンターから「お次のお客様、どうぞ」と一声かければ十分聞こえる距離で、それで済ませられますし、何の不都合ありません。閉店間際で忙しいにも関わらず、わざわざ迎えにきてくれたのです。閑な時間帯ならいざ知らず、驚きました。その後清算を済ませ、お願いしたのし紙が出来上がるまで、再び店内をうろうろしていると、先ほどの店員さんが「こちらでよろしかったでしょうか?」とのし紙を持って確認にこられ、一枚同じように書かれたのし紙を袋に入れてくれたのです。わたしが余程頼りなくみえたのでしょうか? (帰って母に見せると安心感が伝わってきました) この時、小額の買い物しかしていないお客にこれほど手を掛けてくれるなんて!と驚き、そして感動しました。私にはこのような対応ははじめての経験でしたので。また同じような贈り物を買うときは絶対にこのお店にしよう、値段のことは家に帰ってレシートを見るまで一時も頭の中をよぎりませんでした。次から贈り物を買うなら絶対にここに!と決めてお店を出ました。(他の人に何か理由をつけてでも贈り物はお茶にしようと思ったくらいです) 本当に若い店員さんにあらためて商売の原点を教えられた(そのようにしっかり従業員を教育されているご主人に敬服です) 一日でした。

・・・贈り物としての花、園芸は?

お客様を満足させるのに新しいものを作れば、お金をかけて十分に実行できるか?お金をかけずに周りを満足させる方法はないか?私たちは、充分に無形の財産(生きていくための知恵)を活かしているだろうか?花、園芸業界には大金を投じなくてもお客様を満足させられるものがあると信念を持って仕事にあたるべきではないか?花屋さんでお花のギフトをお願いして、送った後で不安になることがある。送られた人、送った人からも安心していただけるギフトでないと贈り物としての意味がないのではないか?どの位綺麗な状態でお花が持つのか?適した場所に置いてくださるか?管理の仕方わかるか?などなどギフトとしてのお花、園芸の魅力を相殺しない一貫性のある相乗効果を生むような、お客様と同じ価値のベクトルを持った考えで仕事をされているかどうかです。仮にそうであると断言して行動していたとしても、その伝え方次第でお客さま(送る人、送られる人)が受け取る価値感覚は天と地ほど差がつく。両側のお客様の立場に立ってしっかり考えて実行されなくてはならない。贈り物の場合、お客さまが受け取る価値感覚は、商品、建物や設備だけではなく、むしろスタッフの接遇レベルや、企業の経営姿勢までも見るお客さまが増えてきている昨今だから、逆に考えるときも人間力で魅力を高めることはいくらでもできる。手間隙はかかっても、商品開発や設備投資ほどには絶対にお金はかからない。

・・・のように考えてみると、コストをかけて魅力をつくるのはできて当たり前だが、われわれ園芸業界はそれ以外のところにこそ経営の本質があることを伝え続けていく使命があるように思われる。



カエデ
kaede

パネルディスカッション「魅せる!夜のガーデンデザインを考える」

照明デザインは不可欠に

当会では、11月17日午後、「魅せる!夜のガーデンデザインを考える」をテーマに東京都南青山にあるリック東京本社会議室において、約30名参加のもとパネルディスカッションを開催。LEDの普及とともに、エクステリア&ガーデン業界では照明を生かしたデザインの施工事例が続々と増えており、現状と展望を探った。

最初に、今回のパネルディスカッションを企画した、リック・松原秀樹理事よりあいさつがあり、続いて、リック・小松正幸氏をコーディネーターとし、パネリストは、実戦経験豊富な設計・施工会社として高崎松風園・山口俊輔氏、坂井ガーデンプランニング・坂井淳志氏の2名、メーカーとしてラ・ヴィータ・佐竹英和氏、タカショー・高田康平氏の2名で進められた。

自己紹介の後、「夜のガーデンデザインの現状」「植栽と照明デザインの関係性とは」「夜のガーデンデザイン施主への提案手法、留意点は」「セキュリティ・安全を考えるデザインとは」などをテーマに進められ、途中では参加者のホームビルダーやEXメーカーからの発言もあり、ワークショップ形式で進められた。

施工2氏は、既にライティングデザインに取り組み多くの施工例と施主からの確かな要望が増えている旨発言があり、メーカー側からは、オリジナル商品の要望が増えているとし、市場が拡大していることが確認された。

まとめとして「今まで造園では工事が伴う施工は手が出しづらかったがLowボルト照明器具が登場したので提案や施工がしやすくなった。今求められているセキュリティーや安全性の追求において、今後トータル提案や追加工事提案では照明デザインは不可欠の要素となるだろう」となった。



賞を受けた施工事例を見ながら熱心に討議



セミナー会場

最新屋上緑化「ソラテラス」見学&研修会

11月8日、東海地区交流会

ガーデンを考える会 東海地区交流会が11月8日午後、17名が参加して名古屋市栄にある松坂屋本店屋上緑化視察とセミナーが会議室で花緑元気研究会と合同で開催された。

屋上緑化は、会員であるプラネット社が施工・管理しているもので、秋に竣工した水耕式庭園の最新事例。

セミナーでは、プラネットの大林修一氏が最新の緑化事例などを、伊藤商事の伊藤孝巳氏が人工ぎ石による新たらしい花と緑の景観提案について、千代田農園 八木氏が、最近の売れ筋樹木と新樹種、今後期待される樹木について話題提供した。



屋上緑化「ソラテラス」視察



最新の花と緑の飾景を説明する伊藤孝巳氏（右手側奥）



カエデ
kaede



IGCA日本大会、視察各地で盛況

先進16カ国の加盟するIGCA(国際ガーデンセンター協会)の日本大会が10月10～15日、年次総会とウェルカムパーティーを皮切りに埼玉・千葉・東京～三重～大阪・和歌山・兵庫～京都と5台のバスを連ねて開催された。

大会には、ヨーロッパや北米、南アフリカなど海外から約182名が参加、精力的に各地を視察。海外からの一行はまさにパワフル! 長旅の疲れも感じさせぬ笑顔と好奇心で、ガーデンセンターや市場(埼玉園芸市場、FAJ)、資材メーカー、植物園などを訪ねた。

「園芸だけでなく、日本の文化に触れてもらえた」と国内関係者。特に盆栽や、ロベリア(大阪府堺市)など、“小さくても光るもの”が感動を呼んだ。



ウェルカムパーティーでは和太鼓で歓迎



日本庭園に質問したり写真を撮る一行(埼玉園芸市場)



第27回 全国都市緑化ならフェア

古の大和が息づく会場で開催

平城遷都1300年祭で沸く奈良県で、「第27回全国都市緑化ならフェア」(主催/奈良県、(財)都市緑化基金)が、9月18～11月14日まで、歴史と自然に包まれた県営馬見丘陵公園(奈良県広陵町・河合町)をメイン会場に開催された。会場は、ダリア園を中心にした「花の都」「未来の華」など大きく5つのゾーンに分けられ、花と緑あふれる花壇や庭園で来場者の目を楽しませた。



国土交通大受賞
「自然に透け込んだ暮らし」
古川庭樹園/F₂スタジオ



遣唐使が渡った波を花でデザインしたフェア会場でもっと大きな花壇「馬見花苑」。手前は奈良県ストップ温暖化県民運動推進キャラクター「な～らちゃん」



会員紹介

ハクサンインターナショナル株式会社

プロの花弁園芸生産農家に世界中のタネ・苗を販売する仕事を始めて約23年になります。海外からは提携育種家の最新品種や、グループ会社のスリランカ農場及び青森のトヨタフロリテック(トヨタ自動車との合併)で生産された種苗をメインに扱っています。

また、自社育種にも力を入れ、世界最小のペチュニアやタネ無しトマトの開発に成功し、新しいマーケットの開発に努力しています。

ハクサンインターナショナル株式会社

お問い合わせ

愛知県愛知郡長久手町山越606

TEL 0561-63-3911

FAX 0561-63-3913

URL: <http://hk-int.jp/>





カエデ
kaede



選べるカラー園芸用手袋でガーデニングを さらに楽しく!!

今年 6 月よりガーデンを考える会へ参加させて頂いております、東和コーポレーション
河野正彦と申します。

今年は、世界中で猛暑や厳冬、集中豪雨など異常気象が相次ぎ、洪水や土石流など甚大な人的被害や農業被害が続発した一年でありました。日本におきましても、四季がなくなり園芸シーズンと呼ばれる月がまだ寒かったり、長雨だったりと気候に左右され園芸業界の皆様にとっては、大変な一年だったのではないのでしょうか。

この度は、このような機会を頂きましたので、この場をお借りして少々弊社のご紹介をさせていただきます。
弊社は、手袋一筋 62 年、加工手袋をメインに製造販売を行っております総合手袋メーカーですが、園芸用手袋 (WITHGARDEN ブランド) を中心に園芸業界の方々へ今後様々な手袋をご提案出来たらと思っております。

園芸用手袋 (WITHGARDEN ブランド) について簡単にご説明させていただきます。WITHGARDEN は、『選べるカラーでガーデニングをさらに楽しく!!』をテーマに、アメリカ、ヨーロッパ向け輸出から始まった手袋です。

天然ゴムをコーティングし、しなやかフィットの Flora (フローラ) 4 色・ニトリルゴムをコーティングし、摩耗に強い Landscape (ランドスケープ) 4 色・手のひらコーティング部の通気を実現した Cool&Soft (クールアンドソフト) 3 色・手先あったか、冬場の園芸に Thermal (サーマル) 2 色・親子でガーデニングをとの思いで KIDS (キッズ) 3 色と現在 5 シリーズ展開しており、来春からはお客様の声を製品化しました Premium Series を順次展開させて頂きたいと思っております。

先日、幕張メッセにて行われました GARDEX2010 でお披露目させて頂きました WITHGARDEN Premium Series は、反響の大きさに正直ビックリすると同時にお客様の反応に改めて、身の引き締まる思いでした。

また、皆様より貴重なご意見を賜りながら、今後も新商品の開発も進めたく思っております。手袋の事で、お気づきの事がございましたら、お気軽にお声掛け下さい。

まだまだ園芸業界については素人ですので、今後ともご指導ご鞭撻の程宜しくお願い致します。



(株)東和コーポレーション
河野 正彦



生産者部会より

パンジー、ビオラ近況報告

いまさらパンジー、ビオラの管理方法を書くのも興味が沸かない話だと思いますので 2010 秋パンジー、ビオラの近況報告をしたいと思っております。

昨年の販売不振、今年の夏の猛暑、等々が重なり、いまだかつてない品薄状態になっています。弊社にいたっても猛暑の影響はまぬがれましたが、生産量に関しては昨年の 3 分の 2 程度まで減産をしました。

しかし現在の品薄状態を見ていると生産者としては「来年は増産!」と行きたいところです。嘗ては当たり年、はずれ年と表現されたように一定サイクルで当たり年があったように感じます。しかし生産者は以前のように大博打 (オオバクチ) を打つような体力は残っていません。そして博打打 (バクチウチ) でも生き残れないことも理解しています。

生産者は今「安心生産」出来る販売者と密な連携をとり「安心供給」したいと考えています。

生産者部会 東海支部

(有)岐大花だん 代表取締役 所 明

連絡先: gidaikadan@marble.ocn.ne.jp

