

今月のコラム

園芸業界のゴールとは？



(株)瀬戸ヶ原花苑 星野有視

当社は、園芸用土の製造メーカーとして昭和50年1月に群馬県みどり市(旧山田郡)の地で設立し、今年で40年を迎える事となりました。設立当時は、地元特産の「桐生砂」の採掘・販売が主体でしたが、日本の高度経済成長と共にガーデニングが認知されると、いち早く培養土の生産を開始。ガーデニングブーム最盛期には当社の強みである高品質を活かし農業用培土の提供を開始し現在に至ります。

私は、園芸業界は「衣・食・住」の住関連分野にあると認識しており、園芸のニーズの根本は「豊かな住環境を創造すること」であると考えております。植物のある暮らしは、「和み・癒し」、「美しさ」、「育てる楽しみ」とその効果はたくさんあり、その効果を支える大きな要素として「培養土」が存在する。このように捉えると用土の使命はとても重要であると再認識いたします。

園芸業界は1999年頃をピークに現在では「斜陽期」に入り、次の「安定期」に向けて課題の多い業界です。斜陽期には品揃えと価格政策が重視され、どこのお店でも同様のものが、お手頃価格で手に入るのが現在の状況です。しかし、これでは園芸人口の減少と単価の下落により園芸市場の縮小にますます拍車をかけることとなります。これは、園芸業界だけでなく住関連業界全般にわたる現象ではないでしょうか？

では、「衣・食・住」の「衣」の業界はどうでしょう。「衣」の分野では、ファストファッション企業の展開、セレクトショップ、各ブランドショップ、コンセプトショップと自分流や個性に合わせた売場展開がなされており、価格競争になりづらい状態となっております。消費者の購入動機は価格より自分の価値観を優先し、価値と価格・自分の予算に応じて商品を選択します。このことから「衣」の分野はすでに斜陽期を乗り越え安定期に入って久しく、その意味では園芸業界の先に位置していることがわかります。園芸業界の最終到達点はまさに、ここ、植物のある暮らしをライフスタイル組み込んだ、新たなライフスタイルの普及ではないでしょうか？

ライフスタイルと園芸の融合には、消費者と植物を近づけることが必要です。そのためには、住関連でライフスタイルに大きな影響を与える要素である住宅のデザインや、年齢層・家族構成に応じたファッションや雑貨のデザイン特性などを勉強し、庭づくりやベランダガーデン作りが住宅や家具・衣服に連動すること、そして園芸業界として柱となるライフスタイルを数種類用意し消費者を啓蒙・誘導することが重要ではないかと考えます。弊社は、植物あつての培養土を生産しておりますので、植物の繁栄なくして培養土の活性化はありません。今後も、「豊かな住環境を創造する」業界の一員であることを忘れず、植物と人を近づける努力をし、業界発展に貢献したいと思っております。



関西ブロック勉強会報告

園芸業界の活性化キーワード

日時：平成27年2月18日：午後2時より
於：大阪駅前堂山町梅田ビル会議室

今回の勉強会は園芸業界外の建築家の高田先生に基調講演・パネルディスカッション(コーディネート)をお願いし、植物、園芸店、設計、造園関係など総勢55名の参加をいただき、開催した。



まず、最初に基調講演：高田昇先生(立命館大学工学部教授・㈱COM計画研究所・都市計画家)では、『園芸は何処へ行くか?』と題して息詰まっている園芸業界をズバッと切り、幾つかの提言を頂いた。その中でも業界の人たちの『園芸力』の停滞という鋭い分析と同時に日本は

ガーデニング天国であるという先生の持論を気象(年平均気温18~20度、平均降水量1000mm以上)より説明され、日本の天候(梅雨、暑さなど)をマイナスイメージで捉えていたことを覆された。そして、自らの町づくりとガーデニングの取り組みの実例をスライドで紹介いただいた。

後半戦のパネルディスカッションではパネリストに植物：MID都市開発㈱の岡本能成部長、資材：元アップルウェア㈱丸山盛生常務、設計施工：吉川泰弘(庭彩デザイン工房)代表が参加され、それぞれの立場で議論していただいた。岡本部長からは同じ植物でも生産材、消費材の二面性があり、それぞれの場面をしっかり睨んで提供していかなければならないことや、昔と今の造園現場の考え方が大きく変わってきたことなど、幅の広い示唆に富んだ提言があった。丸山元常務からは園芸とは部品、素材の提供であり、今ほとんどの消費者は量販店、ウェブショップに足が向いており、園芸専門店(大型店以外)は厳しい状況であるとの指摘があった。また、自ら手掛けられている庭の披露や楽しみ方の紹介もあり、今の消費者のレベルの高さを見せつけた。正に高田先生の『園芸力』全開の実例である。IT業界からの転職という異色な経歴をお持ちの吉川代表からはご自身の作品紹介を通して庭に対する思いや樹木の選び方において、吉川代表の哲学を感じさせる考えや今後の目指す夢を語られ、皆さんに感銘を与えていた。

最後にコーディネーターの高田先生は今回の講演者や内容の幅は広いがどの分野も最終の消費者をしっかり見据えて進んでいくことが一番大切であるとのことで締めくくられた。

その後の懇親会でも35名参加いただき、会員外の方々も熱心に情報交流を深めていただいた。長時間にわたる勉強会であったが、参加者全員の熱さが時間を忘れさせ、有意義な勉強会となった(自画自賛)。今後も園芸業界に横串を入れて、すそ野を広げ、各分野を盛り上げていけるような勉強会を開催していきたいと考えている。

関西ブロック 上野和治



園芸店の5つ星、全国107件が認定さる



農水省、花市場、生産者をはじめ みんなで認定

◀認定マーク

園芸店、ガーデンセンターの「FIVE STAR」、5つ星認定式典が1月29日午後4時より岐阜グランドホテルで開催され、全国及び韓国、香港の107件が認定された。認定式典には農林水産省をはじめ、全国の花市場、関係団体、生産者など357名が参加し、全員一致で承認、認定した。主催はFIVE STRA FLOWER SHOP 認定式典実行委員会(実行委員長・加藤孝義岐阜花き流通センター農業協同組合組合長)。



認定されたショップがみんなで記念撮影

「チェルシー・FRINGEについて」

ひらひら日本がセミナー開催

「私がまちの花になる!」をキャッチフレーズに、花や緑で美しい日本の風景を作るために活動している、ひらひら日本(井上忠佳委員長)が、「チェルシー・FRINGEの取り組み」と題して、2月6日18時30分より、名古屋都市センター会議室でセミナーを開催した。地元を中心に造園、園芸、緑化、学校関係者など約50名が参加した。

講師は、イギリスの庭園評論家、歴史家として世界的に知られるティム・リチャードソン氏で、3年前に提唱し海外にも飛び火している「チェルシー・FRINGE・フェスティバル」を紹介した。チェルシー・FRINGEは英国皇室も参加する公的なイベントで「2015」については、名古屋もサテライト会場として参加する。

<http://crystalstone.sakura.ne.jp/nagakute-fringe/>



井上委員長より、ティム氏にひらひら日本マーク入りのTシャツが贈られる

第2回花き振興セミナーに500名

『法律の中身を活用してもらいたい』

農林水産省は6月に成立した「花きの振興に関する法律」及び品種登録出願の出願料の軽減等について規定した同法が12月1日に施行されたことを踏まえ、平成26年度第2回花きセミナーを開催、会場の同省本館講堂には500名以上が参加した。

西川公也農林水産大臣のあいさつに続き、花き振興法を説明した川合豊彦花き産業・施設園芸振興室長は、「法律の制定は業界の悲願という割にはほとんどその中身を知らない。特に品種登録出願料の低減については種苗会社すら知らない現状で、もっと、法律等を活かして取り組んでもらいたい」旨述べた。

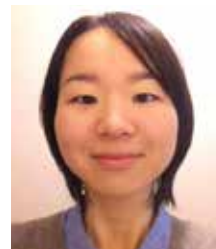


500名以上が参加した花き振興セミナー



「おいしい」で広がる野菜のわ

(株)ハルディン 菅澤伯子



コンビニやスーパーマーケットに足を運ぶと様々な野菜たちに出会います。袋詰めされた便利なカット野菜や海外の珍しい品種、生産した方の顔が分かるもの。以前より野菜を選ぶ楽しさが増えていると感じています。私は商品企画部に所属しており、マーケティングや新商品の開発に携わっています。試験栽培をした野菜の味見をすることもあり、以前より意識的にいろいろな野菜を食べるようになりました。その中でも気軽に食べられるミニトマトが好きで、野菜売り場を見つけると新しい出会いを求めて必ず立ち寄っています。オシャレなパッケージに入ったものやカラフルなもの、栄養価が高いものなど多くの商品がありますが、選ぶ基準はなんといっても「味」だと思います。家族や友人からも「おいしい」野菜があるだけで食生活が楽しくなるという声を聞きます。



弊社が育種した、糖度10~12度の「高糖度ミニトマト シュガープラム」を友人に味見してもらったことがあります。フルーツのように甘くて食べやすく、何個でも食べたい！と感激していました。そして、もっと食べたいから家で育ててみようかな…と家庭菜園にほんの少しだけ興味を持ってくれました。このように「おいしい」の力で、園芸や農業が広がっていけばいいなと思います。野菜に限らず植物を育てることは、日々の小さな発見や驚きを直に感じる事ができてとても刺激的です。これからも植物の奥深さや育てる面白さを伝えられるように、自ら楽しんで日々を過ごしていきたいと思っています。



会員紹介

セキスイデザインワークス 株式会社

セキスイエクステリア株式会社は、2015年1月1日 同じ積水化学グループのセキスイインテリア株式会社と合併して、新会社「セキスイデザインワークス」となりました。

新会社は、「うち・そと・人」を一緒に考え「住まいの美しさ・心地よさ」を提案する、「住生活デザイン会社」を目指します。

設計・施工の分野では、エクステリア&ガーデンの専門ショップ「ザ・シーズン」の事業に、デザインにこだわった、建物のリフォーム工事の分野をプラス個人の需要だけでなく、法人の需要にも対応してまいります。

商材の分野でも同様に、エクステリア商材のカテゴリーの枠を超えて厳選された、インテリア商材の販売を新たにスタートさせます。

これからも変わりなく、会員の皆様の活動に、少しでもお役に立てるように努力致しますので、今後ともよろしくお願い致します。



本社 〒162-0072 東京都新宿区揚場町1-21 飯田橋升本ビル7F
TEL 03-6685-7030 HP <http://sekisui-designworks.co.jp>