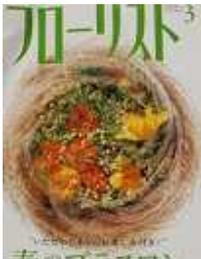


オランダ国際球根協会ニュースレター VOL.001

春になりました。オランダ球根協会の最初のニュースレターをお届けします。タイトルの「Bol tot Bloemen」は～球根から花まで～というような意味です。これから定期的にオランダや国内の球根と花に関するニュースや催事のお知らせ、調査レポートなどをお届けします。

誠文堂新光社の雑誌「フローリスト」に IFBC 日本コーディネーター、レン・オークメイドのインタビュー



誠文堂新光社の雑誌「フローリスト」3月号に IFBC の記事が載っています。

「この人にインタビュー」というコーナーで IFBC 日本コーディネーターのレン・オークメイドが、オランダ国際球根協会の目的や活動、プロモーションの進め方などについて話したことがまとめられています。

ここに書かれているように、オランダ国際球根協会の日本での活動は今年から変わっていきます。この 10 年、おもに一般の消費者を対象として、エージェントを通じてプロモーション活動を進めてきました。今後はより市場動向に注目しながらターゲット別にプロジェクトを立ち上げ、リサーチやキャンペーンを進めていきます。

オランダ国際球根協会は、オランダ球根栽培業者、輸出業者のために、球根および球根切り花の販売促進を国際規模で展開する機関です。1952 年にオランダで栽培業者や輸出業者によって組織された「Central Flower Bulb Committee」を前身とし、1986 年に新たに設立された「International Flower Bulb Centre」= オランダ国際球根協会に活動が引き継がれました。オランダの栽培業者は主として球根栽培と球根切り花栽培に関わっており、輸出会社は球根の卸売りと輸出業務を受け持っています。

オランダ国際球根協会 IFBC は、ヨーロッパ、北米およびアジアを中心に活動を展開しており、それぞれの活動はオランダ本部に在籍する各分野（製品情報、展示会、AV サービス等）のスペシャリストとの連携により実施されています。

IFBC の主な活動は広報（PR=パブリック・リレーションズ）です。専門の PR 機関の国際的ネットワークを使ってテレビ・ラジオ番組、新聞・雑誌にトレンドなどの記事を発信します。このような広報活動は球根を購入する時期、植える時期にあわせて、一般消費者やプロ向けに行われます。製品情報としては、複数の言語で書かれた情報資料、資材情報などを、専門の球根業者、ランドスケープ・ガーデン



デザイナー、教育機関等に送ります。国際シンポジウムでの講義やプレゼンテーションも行っています。貿易関係者とメディアへの利用可能なスライドおよび視覚資料を制作。さらにエキジビションなどを行います。IFBC は日本以外にアメリカ、カナダ、オランダ、ドイツ、英国、フランス、イタリア、ノルウェー、スウェーデン、フィンランド、デンマーク、中国そしてロシアに設立されています。

プロモーション活動について。IFBC の PR 概念は球根の種類と利用される時期によって 5 つの異なるキャンペーンに分けられます。1 . 鉢植えの球根 冬、2 . 球根切り花 冬、3 . 夏咲き球根 庭植え、4 . 球根切り花 夏、5 . 春咲き球根 庭植え。

たとえば、今年 1 . では、「ポット植えの芽出し球根」を扱います。屋外用と屋内用の花芽がついたものの二つに分けて販促を行います。花つきの球根苗をガーデンでも使ってもらおうというのが「1 , 2 . 3、 It s spring ! 」キャンペーンです(後述)。

2 . の切り花はチューリップがメインになります。オランダのコンサルタント会社をお願いして、カジュアルに販売するための方法を産地や店舗と共同で実験しながら進めているところです。

3 . はガーデニング愛好家向け。さまざまな品種の紹介や植え方などを紹介します。4 . は、ずばり、ユリです。IFEX などでもその魅力をひろく紹介していきます。5 . は、秋から冬に植えて年を越し、春に花を咲かせる球根類です。消費者向け PR や販促ツールなどを発表し情報提供していきます。気軽により多くの球根を植えて楽しんでもらう方法を PR していきます。

同じく雑誌「フローリスト」3月号に「春咲き球根花」の楽しみ方という記事が掲載されました



誠文堂新光社の「フローリスト」3月号 116P に朝山和代さんがオランダスタイルの球根花の楽しみ方を紹介しています。春になって花を楽しみたいと思っても球根はとっくの昔に売り切れています。でも、まだ大丈夫。ポット植えの「芽出し球根」を活用しましょう。

芽が出た状態で市場に出荷される球根類は暖かい部屋ならぐんぐん成長して 2 週間ほどで花を楽しめます。おしゃれな鉢に植えかえたり、寄せ植えにしたりして楽しみましょう。室内でなく、ガーデンでも楽しめます。温度が低いので 1 ~ 2 か月も花を楽しむことができます。

オランダでは球根を贈り物にすることもあります。誰もが球根の扱い方をよく知っているのですね。

今年のイースターは 12 日

<http://www.dutch-creations.nl/nm/944/Easter-tree.html>



今年のイースターは 4 月の 12 日(日)。日本でも祭日に連休となることがありますが、イースター休暇というのも、グッド・フライデー(金曜日)から始まり、イースター・マンデー(月)の 4 連休になることが多いようです。このなかでグッド・フライデーにはあちこちに花市がたってイースター休暇を花で楽しむスタイルが定着しています。

オランダの種苗会社や輸出業者などでつくるダッチクリエイションズのサイトにもイースターにちなんだ楽しいアレンジメントがたくさん載っています。

イースターは復活祭というくらいなので再生や誕生、春の到来……。カラーは黄色。モチーフは卵。動物

なら鳥やうさぎ。ナチュラル感のある素材や鳥の羽などをアレンジに入れることが多いそうです。

写真は黄色いオリエンタル・ユリを使ったイースターツリー。つぼみから開花までイースター休暇の間をたっぷりと楽しめますね。

Dutch Creations:

<http://www.dutch-creations.nl/nm/944/Easter-tree.html>

白とグリーンのコমビネーションが魅力 アマリリス「チャレンジャー」【農耕と園芸 2009 年 2 月号】



アマリリス品種トップ 10 の中に白とグリーンの複色は入っていなかったのですが、新品種「チャレンジャー」(*Hippeastrum Galaxy Grp Challenger*) の登場で変化が出てきました。複色という「少数限定」というイメージがありますが、「チャレンジャー」はオランダの市場に登場した 2006 年に 15000 本、2007 年

には 55000 本と、決して少なくありません。

花型は特大サイズで白地にやわらかいグリーンの芯と特徴的な色合い。花径は最大 21cm にもなる。他の特性としては、花が真っ直ぐ立つこと。ステムも丈夫で輸送箱のなかでのつぼみの状態も良好。花持ちは 2 週間。外見もおしゃれで品質が高いということで人気上昇もうなずけます。

オランダで流通するアマリリスは花の大きさや形などから 9 つのグループに分けられており、花径が最低 16cm 以上ある大輪シングル咲きのグループを「ギャラクシー」グループと呼んでいる。チャレンジャーもこのギャラクシーグループに入ります。

http://www.flowercouncil.org/uk/flowers_plants/product_news/flowers/2009/f01nl_hippeastrum.asp

ムスカリ「ホワイトマジック」 【花卉園芸新聞より】



ムスカリ「マジック」シリーズ。雪のような白で春を彩るこの品種は大変な成功を収めた。ムスカリの年間トップ 3 に入ったことも予想外のことではなかった。「ホワイトマジック」はムスカリの仲間では最初の栽培変異植物で 鉢植え球根に向いている。鉢植えでの「白いムスカリ」の有利な点の 1 つは丈夫なこと、葉が短く愛らしい白花の花房を引き立てている点も優れている。一片の球根それぞれから、ピュアホワイトの花が咲く。長い観賞期間が、この花を一層魅力的にしている。観賞後、白花が枯れたら、球根を庭に植え替えてやることで、消費者は春を告げる花の使者を毎年楽しむことができる。概ね 9 センチと 12 センチのポットで出荷される。球根は直径 13 ~ 25 センチの深鉢植えで出荷される。出荷時期は 1 月初旬から始まり、4 月末ごろまで続くと予想される。

http://www.flowercouncil.org/int/product/novelties/plants/2009/p03nl_muscari_white_magic.asp

チューリップ「アルマーニ」 【花卉園芸新聞より】



約 20 年前から市場に登場する新しいチューリップが増加している。3 年前にバイカラーのチューリップ「アルマーニ」が市場に登場して成功を収めたのは、その一大転機となるような出来事だった。そのファッションデザイナーと同じ名前は、エレガントでシンプルな「アルマーニ」の姿を連想させる。多くのチューリップ同様に一重咲きで、エレガントなワインのような、深いレッドの花は縁にいくに従って白くなる。薄く青みがかかったレッドが、この 2 色を分けている。

「アルマーニ」は、ツボミの時から花色がはっきりわかるので、店頭に置くのにも有利だ。人目を引くダークグリーンの葉の色は強烈で、花色を引き立てる。最

低でも 1 週間は良好な状態で観賞できるという、チューリップとしては平均以上の観賞期間も特徴だ。

http://www.flowercouncil.org/int/product/novelties/flowers/2009/f02nl_tulipa.asp

キューケンホフ公園が 2009 年の公開を始めています



3 月 19 日から、チューリップの公園として有名なキューケンホフ（リッセ）が今年の公開を始めました。18 日にはベアトリックス女王も会場を訪れ、60 周年を迎える今年の公開を祝いました。写真は新品種「ニュー・スプリング・ガーデン」と女王。

園内の今年のテーマはアメリカです。「ニューアムステルダムからニューヨークへ」。ニューヨーク 400 年（1609～2009）の歴史物語です。ニューヨークという街はかつてオランダ人によって建設されました。現在も、当時の面影が残っている場所があるそうです。また、英国人の探検家ヘンリー・ハドソンにも注目が集まっています。先日も旅客機が川に不時着しましたが、あの川の名前はハドソン川。今から 400 年前の 1609 年、オランダ東インド会社の依頼を受けマンハッタンに足跡を残したヘンリー・ハドソンを記念してつけられた名前です。このマンハッタン島につくられた町がニューアムステルダム、今のニューヨークです。キューケンホフでは花でつくる自由の女神などアメリカをイメージしたデザインをたくさん用意して来訪者を楽しませてくれるそうです。

キューケンホフの公開は 3 月 19 日から 5 月 21 日まで。

オランダ政府観光協会 H P :

http://www.holland.or.jp/nbt/holland_flower_circulate_keukenhof.htm

槍のように長い鼻のカラー



このカラー、よく見るとちょっと変わっています。そう、「鼻が異常に高い」。肉穂花序という部分でたくさんの花が集まった部分。英語では spadix といいますが、ここでは pestle（すりこぎ棒）のようだと解説してあります。仏炎苞は spathe。このアンスリウムのように長い「すりこぎ棒」を持つカラーはアラム・クレツムという名前だそうです。

http://www.vakwerkmagazine.nl/bloemenkeuring/id101-60909/mooie_presentation_bijzondere_bolgewassen.html#%23

オランダの球根栽培面積（08-09年）は過去4年で最小面積に



オランダ、ネーデルランド地方は球根栽培の中心地です。昨年から今年にかけて球根栽培の縮小傾向が目立っています。球根類全体で昨年対比4%減少。チューリップは微減ですが、スイセン、クロッカス、アイリスなどの花の落ち込みが激しくなっています。

「05-06年は14,360ヘクタール、06-07年は14,500ヘクタール、そして昨シーズン（07-08年）は14,730ヘクタールだった。今年この地区の栽培面積は昨対4%減、過去4年間で最小になった。

チューリップは現状維持の1%減、10,250ヘクタール。昨年は10,330ヘクタールだった。

スイセンは、今が植えどきで、今年11%減の1,570ヘクタール。昨年この地区は1,760ヘクタールだった。

クロッカスは465から395ヘクタールになり15%もの縮小。

アイリスは、もっと幅が大きく、18%の369から301ヘクタールへ。

ヒヤシンスは6%減の1220ヘクタール。

データは Productschap Tuinbouw (PT) と de Bloembollenkeuringsdienst (BKD) 調べ

http://hortinews.com/news.php?id=17356&search=yes&search_dat=2009-02-18

http://www.hortinews.com/news.php?id=17305&search=yes&search_dat=2009-02-16

まるで花のパティシエ。ヒヤシンスの花でつくる香りのレイ（UMAHANA 大谷さん）



ハワイスタイルの花で活躍するフラワーデザイナーの UMAHANA 大谷幸生さんに作品の写真を送ってもらいました。ヒヤシンスの花をつなげたレイ。色合わせも素敵で、まるで花のパティシエのような繊細で可憐なレイになりました。

深谷市でユリいっぱいのおウエディングがおこなわれました。



フカヤリリーストクラブ (FLC) 高橋社長のお嬢様の婚礼が 2 月 28 日、深谷市にて行われました。

- ・新郎・新婦： Tomoyo and Masahiko Yagihara 様
- ・ご両親： Mr. Tetsuo and Mrs. Nobue Takahashi 様
- ・メインテーブルのユリ：シベリア、イエローウイン、ソルボンヌ
- ・Tomoyo さんのヘッドドレスのユリ：ドルドーニュ
- ・Tomoyo さんのブーケ：イエローウイン

おめでとうございます。未永くお幸せに！ 写真提供：Ariana Dolgoff さん

チューリップの販促実験、昨年に引き続き今年も拡大して実施

今年、2 月に行われた NaniwaFEX2009 の JFTA (日本花き球根輸出入協会) ブースでチューリップの販促ツールについても展示されました。3 段になっていて 4 つのバケツが並び、合計 12 バケツのセットになっています。オランダ国際球根協会では、オランダの生鮮マーケティングの専門家にプログラムを立ててもらい、昨年 9 週間にわたる販売実験が行われました。この報告は、昨年の IFEX の際に行われた JFTA の勉強会で紹介されています。



今年もさらに店舗数、扱い数量など規模を拡大して実験がおこなわれています。昨年の実験販売・リサーチでは、オランダのようにホームユース向けに対応して、切り前を一段階堅めにすることや、採花から店頭までの時間を減らす努力をすることが見えてきました。調査結果は農家や流通に対して、改善のための行動を求める内容になっています。また農家だけではなく小売店も同じように、売場改善も重要だという報告になりました。たとえば、高値で一本ずつ売るのはなくスイートピーやポピーのようにホームユースに向けての束売り、またそれを可能にする販売価格の検討も重要課題です。オランダに本社のある鮮度保持剤メーカーではチューリップの花首を伸ばさず開花をしっかりと保たせる鮮度保持剤がすでに販売されているそうです。日本でも一般的になるとまた消費の動向も変わってくるかもしれません。

今年「農耕と園芸」(誠文堂新光社)誌3月号(p158-160)切り花市場情報のコーナーで「チューリップ」が取り上げられました。梅田生花市場の駒林幸信氏が市場動向について、(株)大田花きの宍戸純氏がチューリップのあれこれと題して書いています。駒林氏は、子どものころから親しみのある花で根強い人気がある、90年代にはユリ咲きや八重の品種などバラエティに富んだ切り花が増え10月から始まる早だしも行われていたこと、それが、この10年は厳しい状態にあること、市況については、1998年から下落傾向であること、また、生産量も減り続けていることなどを指摘、魅力を伝える必要を説いています。

宍戸氏は、チューリップを取り巻く環境が厳しいものであることを3つのポイントで表しました。1. 競合花の増加、2. 花屋さんのデザイン変化、3. 販売環境の変化。

1 競合花については、あらゆる花が周年化してきたことで「冬場の絶対値」(「冬だけにしか出回らない花の価値」という意味でしょうか?)が下がってきている、2 デザインについては、花束の小型化、ラウンド型が中心になってきたことで花首が伸びていくチューリップにとっては不利な展開になってきている、3 販売環境については、冷蔵庫を置かない花屋さんが増えていること、また、冷蔵庫があっても保管用であって陳列スペースには置かれなくなったために常温で店頭で並べられるようになった、そのため仕入れからわずか2日で価値が半減すると指摘します。

今後、生産者はどのように対応すればよいかということについて、宍戸氏は3つのヒントを出しました。1. 首の伸びにくい品種を明確にする、2. 現在のブーケスタイルにマッチした八重咲きを選ぶ、3. 売場環境に合わせた切り前の調整をする。

販売実験は、見方を変えれば、消費地に専用の陳列棚つきの売り場を9週間確保することになり、非常に有利な位置を占めることになります。積極的に実験を利用することで新たな需要拡大のきっかけをつくることができそうです。

JFTA ブースをてがけた金藤公夫さんのブログ : NaniwaFEX ブースの様子
<http://blog.isaokaneto.com/?eid=1333110>

ユリの生産者への提言 オランダでも電卓片手に努力している



日本でも花の販売は厳しさを増していますが、オランダでも同じような状況があるようです。「Bloemisterij」誌 2009 年第 6 号では、コンサルティングを仕事としている Pieter Vlaar 氏が、ユリの生産者は成熟する市場に対して新しい考え方を持たなければならないと述べています。

オランダではユリの生産量が減っています。単価も低くなっている。写真は商品のライフサイクルを示したものです。縦軸に販売量（オランダ語の「回転率」）、横軸に時間をとって曲線が描かれています。導入期、成長期、成熟期（調整局面）、衰退期というサイクルです。多くの商品が同じようなライフサイクル曲線を描いて市場から去っていきます。この記事では成熟期を迎え停滞しているところに赤い点が打っており、これからどうなるという意味のクエスチョンマークがつけられています。努力しだいでこの曲線は維持できると Pieter Vlaar 氏はアドバイスしています。日本でもまったく同じことが言われていますが、まず、自分たちの生産のコストを下げる努力をすること。そのために日常の仕事を細かく分けて見直していく必要があります。Vlaar 氏は、まず必要なのは「rekenmachine = 電卓ですよ！」と言っています。

そして、これもまた同じことなのですが、販売の現場を見よと言っています。大きな花が必要なのですか、小さくても多数の花があるほうが人気がありませんか？まずは、小売りの現場の情報をリサーチすべきです。そしてそれを生産に生かすようにすべきです、と書いています。

最初のニュースをお届けしました。オランダ国際球根協会（IFBC）に毎日届けられるたくさんのニュースの中から、生産者や流通、小売店の皆さんに役立つような内容を集めてお届けしていきたいと思っています。よろしくお願いいたします。

オランダ国際球根協会ニュースレター第 001 号

発行：オランダ国際球根協会

HP：<http://www.kyukon.org/>

メールアドレス：ibc@aurorajp.com