

小寒

季刊はないく

- 1 ヨーロッパ花紀行
- 2 花きの消費者ニーズ
- 3 名古屋生花小売商業協同組合青年部の活動
- 4 愛知名港花き地方卸売市場での主な催事結果



1 ヨーロッパ花紀行



株式会社名港フラワーブリッジ
常務取締役 細野 時久

世界で一番大きい花の市場が、どこか知っていますか？
「Flora Holland」、オランダにあります。

花はオランダだけでなく、ヨーロッパ、アジア、アフリカ、南米など世界中から集められ、1日に12万5千件余の取引が行われ、年間120億本が世界中に売られていきます。ここ「Flora Holland」の取扱金額は、年間40億ユーロ。これがどのくらいかといいますと全日本卸売市場協会加盟143社の平成21年年間取扱金額とほぼ同じ金額となります。

セリは、時計による下げセリで行われています。出荷者の格付がしっかりしており、最低価格に達しない物は廃棄となるため、一つ一つの取引はかなりの速さで成立していきます。出荷物は一部を除いてバケットに入れられ、台車搬送で行われていて、販売済みの台車を何台も繋いだ牽引車が場内を縦横無尽に走り回っています。



Flora Hollandの外観



オークションルーム



何台も繋がった台車



隣接する仲卸、加工業者とは全長13kmのアルスメアシャトルという通路で繋がれており、購入品は業者の店先まで台車ごと自動で搬送されます。

シャトルで店先まで届いた花は、加工業者の低温管理された倉庫で検品が行われ、当日には製品化され、ヨーロッパをはじめ世界各地に輸出されていきます。



道路を挟んだ仲卸、加工業者へ

台車ごと搬送

当日、製品化

バルセロナの花屋さん

バルセロナの街を散策すると、あちこちに花のスタンド店を見かけます。ちょっと広めの歩道部分にポンと存在していたりして、「こんなところでも商売になるんだ。」と花の身近さを感じられます。特にランブラス通りには10店舗以上のスタンド店が並んでいます。それぞれが小さい店舗ならではの工夫したアレンジ花が並んでいて、見ているだけでも楽しめます。バルセロナに行ったら、是非散策してみてください。



花のスタンド店

工夫したアレンジ花

見ているだけでも楽しい!

花材の感覚

今回10月にヨーロッパへ行ったのですが、日本ではこの時期使われない花が扱われていて、軽いカルチャーショックに襲われました。法月に葉ボタン、お盆と年末にはお世話になる花材ですが、それ以外の期間に、それも同時に見られるとは、、、。先入観で見ってしまうので、単体で見ると違和感がありましたが、こうして製品や作品になった物（下の写真）を見ると色合い等なかなか味わいがあります。皆さんはどう思われますか？



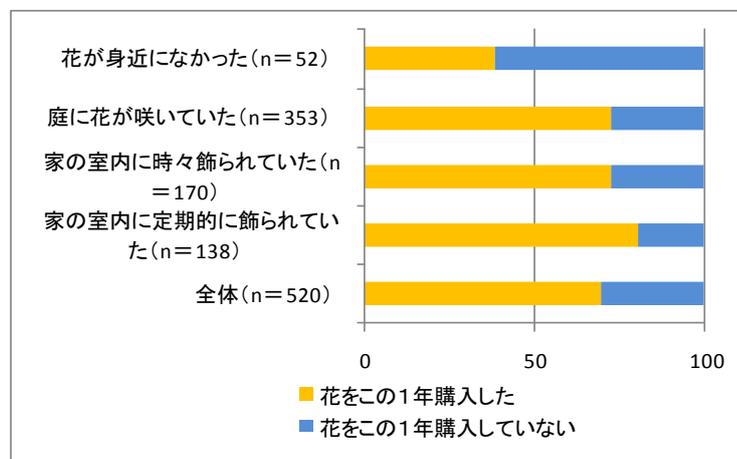
2 花きの消費者ニーズ



愛知県農業総合試験場
園芸研究部花きグループ
総括研究員 大石 一史

古い話で恐縮ですが、20年程以前でしょうか、外国の被災地のニュース映像が記憶にあります。メキシコだったか、南米だったかはあやふやなのですが、災害にあってテント生活している被災民を映した映像でした。そこには、最低限の生活用具とともに鉢植えの植物が映っていました。命からがらの避難の時に鉢植えの植物を運んだらしく、「花」は食料や衣服と同様に生活必需品であると、強く感じたことを覚えています。

景気が回復しないせいか、花きの消費が伸びません。花きの研究に携わっている者としては、家庭や町に花があふれる豊かな国になってほしいと思います。昨年、農林水産省が主体となって、「花き産業振興方針」の見直しが行われました。その際の参考資料に、「子供の頃の花の経験と花の購入の関係」についてのアンケート調査結果が紹介されています。子供の頃に身近に花がなかった人は、「花をこの1年間購入した」割合が4割しかないのに対し、家の室内に定期的に花が飾られていた環境に育った人は、「花をこの1年間購入した」割合が8割です（図1）。子供の頃の環境が、成人してからの花への接し方を左右していることとなります。将来のことを考えると、幼児・児童が花や緑に触れる機会を作る「花育」が花き産業におけるキーワードになると思います。



(図1)
子供の頃の花の経験と花の購入の関係

資料
MPS フローラルマーケティング (株)

「花と環境に関する調査」 (2008)

n=520 (男性 : 208, 女性 : 312)



私は、キクの研究に携わってききましたので、キクの消費拡大について考えてみたいと思います。白一輪ギクが代表するように、キクの最も大きな需要は葬祭です。しかし、もっと需要を拡大するには、一般消費を増やすことが必要です。そのためには、一般消費者にアピールするような新しいキクを宣伝する必要があります。幸い、日本には豊富な遺伝資源があります。花の大きさだけ見ても、大は30cmを超え、小は1~2cmのものまでそろっています(写真1)。古典ギクといわれる「嵯峨ギク」、「伊勢ギク」、「美濃ギク」、「江戸ギク」などは切り花としてほとんど流通していませんが、このうち「江戸ギク」(写真2)は、咲くにつれ花弁が変化するというおもしろい性質を持っていて、満開に近いものを提供し、家庭で楽しんでいただきたいキクのひとつです。



(写真1) 花の大きさ1-2cmの「マイクロマム」、用途が広い



(写真2) 江戸ギク「薄化粧」
花弁は始め平開するがやがて内側に折れ曲がる。変化がおもしろく楽しめる。

多くの切り花と同様に、開きかけのつぼみの状態で収穫され流通するので、多くの人は切り花ギクの満開の姿を見る機会がありません。フラワーデザイナーなど日頃から花に触れる人でも満開の一輪ギクを知らないと思います。業務用の白一輪ギクを満開にすると、存在感があつてすばらしいものです(写真3)。満開の一輪ギクは「フルブルームマム」と呼び、市場流通が始まっています。

満開のキクは、植物用の専用染色液で染めてもきれいです。植物に害のない色素で、約20色が販売されています。茎を原液に漬けておくと20分くらいで染まります。白いキクを使えば種々の色に染まります。黄色のキクに赤い色素を吸わせると、鮮やかなオレンジになります。自然のキクにはない色ですので、違和感を覚える方もみえますが、若い人にはすんなり受け入れられるようです。展示会で染色ギクを飾ったことがあります。閉会后役目を終えた染色ギクをフラワーデザインスクールで勉強している若い女性にあげたところ大喜びでした。花材として使ってみるということでした。



(写真3) 満開の一輪ギク

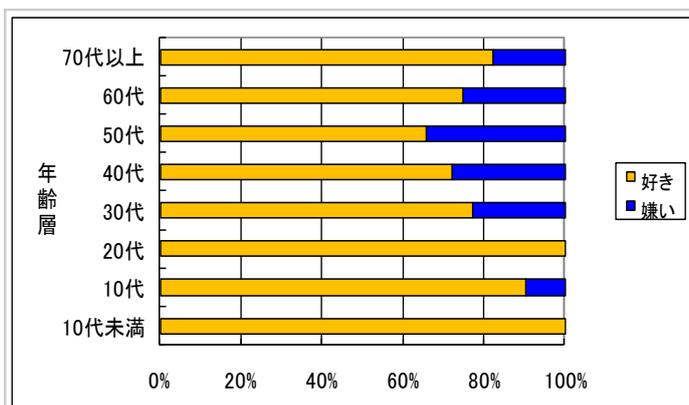
業務用の白一輪ギクは開ききると15cmもの花になる。



2008年秋には、愛知県農業総合試験場の公開デーで染色ギクを展示して、好きか嫌いかのアンケート調査を行いました（写真4）。301名の方に回答していただきましたが、約4分の3の方が好きと答えています（図2）。特に30才未満の若い方には好評でした。同時にレインボーローズ（7色使った色分けバラ）の写真を見ていただき、好きか嫌いかを聞いたのですが、こちらは約4分の3の方が嫌いと答えています。実物を展示しなかったからかも知れません。つぼみのキクに染色液を吸わせると、咲き進むにつれ色が不均一になるので、ある程度花卉が開いてから染色するようにします。



(写真4) 白一輪ギクに染色液を吸わせて染めた染色ギク



(図2)
 染色材で染めた満開一輪ギクに対する好み
 調査時期：2008年 調査対象：301名
 調査方法：愛知県農業総合試験場公開デー、アンケート調査



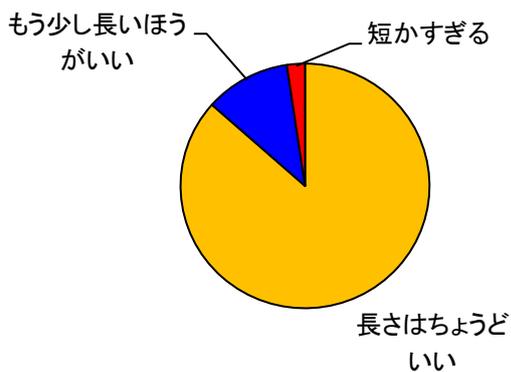
一般消費を考えると、現在流通している長さより短くてもいいのではという意見があります。花束には60cmもあれば十分なので、90cmも要らないという話です。長いものを切り縮めた茎と葉はゴミになるわけで、最初から使うサイズの60cmで十分と考えられます。毎年3月に開催されるフラワードームで、通常サイズの90cmの白一輪ギクと60cmの白一輪ギクを並べて（写真5）、アンケート調査をしました。その結果は、60cmでいいと回答した人が8割以上でした（図3）。



(写真5)

一般流通サイズ85-90cmのキクと60cmのキクを展示し、フラワードーム来場者の感想をアンケート調査した。

- A : 85cmの一般流通サイズのキク
- B : 60cmで生産したキク
- C : Bのキクでつぼみを取らずに仕立てたキク



(図3) 60cmの切り花に関するアンケート調査

調査時期：2009年3月12日

調査対象：一般市民 300名

また、一輪ギクなのに摘蕾せず、つぼみを全部咲かせたスプレー仕立ての花も好評でした。そんなに長大でなくとも、摘蕾の手間も省いたスプレー仕立ての白一輪ギクでも、一般消費者に受け入れられる素地があると考えられます。

キクは水揚げもよく、日持ちもします。これからの季節、玄関など暖房しないところなら1ヵ月くらいは花がもちます。小さいお子さんのいる家庭では是非飾って楽しんでいただきたいと思います。沢山の種類のキクがあるので、生産する側も小売店ももっと品揃えを多くしてほしいと願っています。



3 名古屋生花小売商業協同組合 青年部の活動



名古屋生花小売商業協同組合
青年部会長 星谷 嘉伸

私達名古屋生花小売商業協同組合（名花協）青年部は、花業界の近代化・合理化・消費拡大のために講習会やイベントを企画・運営し、また部員各々の人格形成・スキルアップのために活動しています。

今年は、部員全員が「ファミリー」になることを目標とし、強い絆で結ばれた仲間がたくさんできるよう頑張っています。青年部に参加することで、一人ではできなかったことや気付かなかったことがいろいろ経験することができ、考え方の視野を広げることができます。

<個店では経験することのできない事、青年部でしかできない事をします。>

自分一人では、アイデアは1つしか出ませんが、青年部で考えたらアイデアは部員の人数分出ます。しかもそのアイデアに触れることもできます。一人は一人でしかありませんが、青年部で考えるとどんなものでも出来ます。その中の一人として、力を発揮してもらい実績を積んで、自店に反映してもらいます。これが青年部の魅力ではないでしょうか。

<組合員や他団体との交流活動をします。>

私たちは、花という眼鏡でしか見ていません。これを打開し様々な眼鏡をかけて視野を広げていきます。そうすると同じ花でも違った視点から見る事が出来、自分だけ・青年部だけのオリジナリティが増え、自分の引出しが増えていくことでしょう。



花祭り・交通安全祈願祭の装飾



幼稚園での寄せ植え教室



和歌山県への研修旅行（8月）



花のPRイベント刈谷ハイウェイオアシス（9月）



フラワーコンテスト in フラワーブリッジ（10月）
開催場所 愛知名港花き地方卸売市場2階 多目的ホール



2位花MiYABi 早川陸統



1位ふろ〜りすと ほうかえん横井慎
＜フラワーコンテスト入賞作品＞



3位花よし 田中志門

只今青年部では、一緒に活動してくれる仲間を大募集しています！絶対損はさせません。
35歳以下の名古屋生花協組合員(家族・従業員含む)であれば、誰でも入部できます。
興味がある方は、是非ご連絡ください！見学だけでも大歓迎です♪
お問い合わせは、花よし 星谷 嘉伸 まで TEL 090-3424-7893

4 愛知名港花き地方卸売市場での主な催事結果

(1)花カラーセラピー講座・・・消費者の心をつかむ勉強をしました。

開催日 平成22年8月24日（火）13時30分～15時30分 講師 荏原温子先生
会場 愛知名港花き地方卸売市場2階多目的ホール（参加者48名）
主催 愛知名港花き卸売事業協同組合



(2)食肉・花き市場まつり2010・・・南部市場との合同イベントが、初めて開催されました。

開催日 平成22年10月24日（日）10時～15時（来場者数 約4,200名）
会場 愛知名港花き地方卸売市場、名古屋市中央卸売市場南部市場
主催 食肉・花き市場まつり実行委員会



オープニングセレモニー



フラワーアレンジメント教室



フラワーオークション



バルーンアート教室



(3)オータムローズフェア2010・・・「新しいバラの販売戦略」についての講演及び新品種の展示を行いました。

開催日 平成22年10月4日(月)～8日(金)講演会講師 今井ナーセリー 代表 今井 清氏
会場 愛知名港花き地方卸売市場2階多目的ホール、オークションルーム (参加者70名)
主催 愛知名港花き卸売事業協同組合



(4)名古屋市港区民まつり「みなと遊友フェスタ2010」・・・特別賞「季節の鉢物」を提供しました。

開催日 平成22年11月3日(祝)10時～15時 (入場者数 約57,000名)
会場 名古屋港ガーデンふ頭つどいの広場
主催 名古屋市港区区民まつり実行委員会



特別賞のシクラメン400鉢を福引の賞品として提供、大好評でした。

■お問い合わせ先

愛知名港花き地方卸売市場

愛知名港花き卸売事業協同組合 事務局まで

〒455-0027 名古屋市港区船見町34番地の10

TEL:052-747-8700 FAX:052-747-8750

URL: <http://www.amk.or.jp> E-mail: tmizuno@amk.or.jp

■発行：名古屋市市民経済局市民生活部消費流通課

愛知名港花き卸売事業協同組合

※この冊子は、古紙パルプを含む再生紙を使用しています。