

研究大会 『トークバトル』

キャスト

レフリー

佐分利 応貴 氏

(公財) 笹川平和財団 安全保障事業グループ・グループ長

バトラー

山本 勝 氏

東海園芸株式会社 代表取締役社長

加藤 孝義 氏

株式会社岐孝園 代表取締役社長

藤澤 俊三 氏

株式会社フラワーオークションジャパン 代表取締役社長

福永 哲也 氏

豊明花き株式会社 代表取締役社長

徳本 修一 氏

株式会社総合園芸 代表取締役社長

尾崎 明弘 氏

株式会社オザキフラワーパーク 代表取締役社長

リングアナ

日向 雄一郎 氏

(一社) 花いけジャパンプロジェクト 代表理事

応援団

【生産】

登坂初夫 氏(群馬県鉢物研究会)

戸崎 明 氏(岐阜花き流通センター専務理事)

清住 昇 氏(熊本県花き園芸農業協同組合)

吉田 誠 氏(埼玉県花き園芸組合連合会)

【流通】

清野 仁 氏(北海道植物(株))

荻野 明 氏(西日本花き(株))

柏村哲徳 氏(日本植物運輸(株))

【販売】

三国哲弘 氏(フラワーショップ開花園)

谷奥俊男 氏((株)COTOHA)

平田雅典 氏((株)平田ナーセリー)

木村善広 氏((株)木村植物園)



バトルテーマ

『花き業界をV字回復させるシナリオは？ =需要創造=』

ラウンドテーマ

- ① 価格 (なぜ市場で二束三文になるのか)
- ② ものづくり (どんな商品を作ればいいのか)
- ③ 流通 (ネット時代にどう対応したらいいのか)
- ④ 販売促進 (ネット時代にどう対応したらいいのか)
- ⑤ 花のある生活を広げるためには
(業界一丸となって何をすればいいのか)



ラウンドルール

- ① バトラーのトーク時間は、1回につき1分
- ② 1分でゴングが鳴る
- ③ テーマごとのトークバトル時間は15分以内
- ④ 敬語での発言は禁止(相手を気遣う発言禁止)
- ⑤ 自分(業界)の都合の良い言い分を主張
- ⑥ 常に動きながらトーク
- ⑦ 色々なバトル(発言)があっても、最後はノーサイド
- ⑧ バトラーは、応援団や会場からの飛び入り参加をさせ、トークさせることができる



『トークバトル』開演

入場セレモニー

- ・業界ごとに応援団を引き連れて、幟を掲げて入場
- ・バトラーは、マントを纏い、BGMで入場
(ロッキーのテーマなど)
- ・リングアナによるバトラーの紹介アナウンスで入場(次頁)



バトラー入場紹介コメント

<p>東海園芸(株) 山本 勝</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・生産者の仲間からは、異端児と呼ばれている。 ・ホームセンターなど市場外流通をメインに自ら販路を開拓し、業績を伸ばす。 ・静岡県に限らず全国でもトップクラスの経営者 ・心底の“生産者”で、地道な努力の結果が現在の安定経営を実現 ・歯に衣着せぬ言葉で、花き業界も一目を置いている。
<p>(株)岐孝園 加藤 孝義</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・サボテンに魅せられて50数年、今でもその魅力に取り憑かれている。 ・国内でもいち早く物流センター構想を提案・実現させ、飛躍的な生産量の伸びを牽引 ・発想力豊かでアイデアマン、Facebook等SNSにも明るくお友達も全国・世界に5000人を超えている。最近はインスタも ・市場流通をメインとした一方で、SNSによる情報発信で新たな若者の購買層を開拓するなどこれからの消費トレンドをリード ・岐孝園は、右肩上がりの経営を実現
<p>(株)FAJ 藤澤 俊三</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・皆様もご存じ、関東最大の鉢物市場で、全国の鉢物市場をリードするFAJ社長 ・政治力は随一で、全国の市場社長が一目を置く実力者 ・生産者からも厚い信頼を寄せられている。
<p>豊明花き(株) 福永 哲也</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の真ん中愛知県にあり、日本一の鉢物市場で、海外への輸出窓口として、国の全面的なバックアップを受けている。 ・市場での取引も予約、相対が8割近くを占めるなど、日本最大でありながら、取引形態の最前線をリードする。 ・今後10年、20年と業界をリードすると期待されている。
<p>(株)総合園芸 徳本 修一</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・欧米のStatusの高いガーデンセンターに追い付き、追い越せと全国の園芸専門店、ガーデンセンターに呼びかけ、インターナショナルガーデンセンターアソシエーション(AGCA)世界大会を日本に呼び込む。 ・自らも北陸で大型ガーデンセンター展開とエクステリアを積極的に取り入れた庭造りで、北陸の庭文化を牽引する。
<p>(株)オザキフラワーパーク 尾崎 明弘</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・東京23区内最大のガーデンセンターで、植物へのこだわりが強く、全国の産地を飛び回る。 ・全国有数、都内随一の品揃えの素晴らしさから、テレビ取材も度々。 ・海外への会議や視察に頻繁に出向き、視野が広く、人望の厚い若手リーダー



バトラー等紹介コメント

リングアナウンサー
による紹介

- | | |
|-------------------------|-------|
| ○『業界の異端児と呼ばれる経営者』 | 山本 勝 |
| ○『サボテン王国のサボテン村村長』 | 加藤孝義 |
| ○『全国の鉢物市場をリードする社長』 | 藤澤俊三 |
| ○『新たな市場スタイルを提案する社長』 | 福永哲也 |
| ○『欧米のステイタスの実現を目指す経営者』 | 徳本修一 |
| ○『東京23区内最大のガーデンセンター経営者』 | 尾崎明弘 |
| ○『公益財団法人安全保障事業グループ長』 | 佐分利応貴 |

国歌斉唱



国内花きの現状



- 花きの生産量の伸び悩み
 - ・産出額・作付面積・農家数
- 中央卸売市場機能
 - ・市場経由率の低下
 - ・セリの割合の減少
 - ・卸売市場数の減少
- 花き消費の伸び悩み
 - ・年間購入額
 - ・若年層の購入金額低い

左の写真は、一人当たりの年間花きの消費額の都道府県首都の順位
1位は鹿児島市、岐阜市は18位

レフリーの佐分利
さんから説明

ラウンド開始

ラウンドガール

- ・リングアナがバトルテーマをコール
- ・ラウンドガール3名が「ロッキーのテーマ」のBGMでラウンド回数を持ったパネルを掲げ、リング上・リング下を周り、ラウンド回数・テーマを知らせる。
- ・ラウンドガール退場後、ゴングを鳴らしトークバトル開始



決めポーズ

《協賛企業》

- ・株式会社エノモト農材
- ・揖斐川工業株式会社
- ・株式会社マルキ化成工業所

ゴングを鳴らしバトル開始



- ・ゴングの合図でバトル開始
- ・レフリーが最初の発言者を指名
- ・発言者は、どの業界に対する発言なのかを行動で示し、テーマに対する言い分を主張
- ・言われた業界は、対抗発言を行いバトルする



吠える!?

本音の発言
に苦笑?



バトル



テーマ: 価格

《発言要旨》

- ・予対の価格が、セリで二束三文。セリ下げが問題(生)
- ・市場は、多様な販売取引を行っている(市)
- ・商品の価値に価格がつく、価格はセリでない(小)
- ・相対価格は、セリ価格の相場(生)
- ・生産・市場・小売とも儲かっていない。生産に元気が出ないと小売も元気がでない。(小)
- ・売る力があるが、物の情報が入って来ない。(小)
- ・小売の欲しい物は、例えば「中華」「イタリアン」など何かを言わないと生産に伝えられない(市)
- ・生産も情報発信するが、小売の情報も欲しい(生)
- ・小売の何が売れるのか分からない。トライして売れたものは相対で買う(小)

(生): 生産、(市): 市場、(小): 小売

テーマ: ものづくり

《発言要旨》

- ・何が売れるのか市場の発信が必要(生)
- ・小売の情報が少ない(市)
- ・商品の物語を伝えたい(小)
- ・生産者は、商品の情報(特性等)を発信している、市場が小売に発信していない(生)
- ・生産の情報内容に魅力がない(小)
- ・生産も小売も情報発信が不十分(市)
- ・商品の理屈(説明)だけでは伝わらない。SNSなどでリアルタイムな情報が欲しい(小)

テーマ: 流通

《発言要旨》

- ・市場は物流機能を維持。生産・小売は情報を整理して流してほしい。市場が選択する(小)
- ・生産・市場・小売が一つにならなければ流通は成り立たない。外に向けてどう発信するのか(生)
- ・地方の小売店に物が流れない。岐阜にハブを作ってもらいたい(小)
- ・今は、小ロット多品目、物流機能が無い地域は物が出せない・届かない(生)
- ・お店に品物が揃わない。各地域に流通Cを作って来なかった。問題としなかったことが問題(生)
- ・豊明と岐阜でタッグを組んでは。物流改革が流通を担う(市)



テーマ: 販売促進

《発言要旨》

- ・良い物が店に並んでも売れない。チラシによる販売促進よりネット(SNS・HP)の時代(小)
- ・花業界の人は、SNSの情報発信が少ない。今日のバトルはSNSでライブ中継中(生)
- ・生産者も小売店に来て売り方をみてほしい。小売と生産を結びつけるのが市場の役割(小)
- ・業界を変えるのは「若者」「よそ者」「ばか者」(一般)
- ・小売の売り方を「綺麗な」から「身体に良い」に変えたい。室内緑化を進める仲間を増やし、効用を発信(小)
- ・今は、「可愛い物」から「変な物」、インスタ映えが流行っている。インスタ映えする店づくりをすべき(生)
- ・販売促進も簡単でない、小売側も教えてもらいたい。お互いタッグを組んで「暮らし」に提案できないか(小)
- ・生産は小売の情報を掴まなければならない(生)
- ・女性が買い求める商品づくり(女性のとときめき)(市)
- ・「五つ星」認定店は、店はお客様目線にたって、スタッフのスキルを上げ、うまく伝えることでお店の価値を上げるもの(小)



テーマ: 花のある生活

《発言要旨》

- ・業界関係者が「花のある暮らし」を実践していない。業界一体となって暮らしへの提案が必要(小)
- ・インドアブームはこれから起きてくる(生)
- ・花きを「嗜好品」から「必需品」に変える取り組みを普及したい(屋内緑化)
- ・植物・花が持つ力を業界は知っているのか(生)
- ・花を飾る習慣が必要、野の花の一輪挿しでも良い(生)
- ・業界人も物日に花を贈っていない(市)
- ・消費者は、価値ある物しか買わない、健康!(業)
- ・今の業界は、暮らしへの花の提案ができていない(業) お客の声を聞いていない(業)
- ・誰に何をどう伝えるのか。異業種とのタッグ。食べ方、レシピを紹介していない。(市)
- ・業界の人は、テレビ等マスメディア以外の情報も取る必要がある。
- ・今の時代、花の魅力の発信は、SNS。消費者の反応がすぐわかる(生)



トークバトル 名場面

バトル



レフリー(佐分利さん)

バトル



日向氏のプロ級のアナウンス



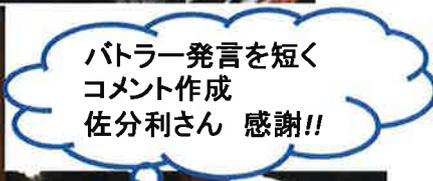
喜怒哀楽



決めポーズ



参加者に分かりやすいコメントをテロップ



バトラー発言を短く
コメント作成
佐分利さん 感謝!!



リングに上がった勇者達



長尾安博(兵庫県花卉協会)



谷奥俊男((株)COTOHA)



柏村哲徳(日本植物運輸(株))



清野 仁(北海道植物(株))



登坂初夫(群馬県鉢物研究会)



茂木 敏彦(日本花き生産協会副会長)



吉田 誠(埼玉県花き園芸組合連合会)



山村 祐介



山下直木(安城市温室園芸組合)



田中義一 ((株)FAJ)



- ・この他にも、平田ナーセリー、屋内緑化協議会など20名を超える多くの参戦者がトークバトルを盛り上げていただきました。本当に感謝申し上げます。！！
- ・色々なルールで不快に思われたバトラーの方々には、ラウンド終了後はノーサイドということでご理解願います。(事務局談)

トークバトルまとめ



《まとめ》

- ・V字回復のためには、若者を育てる、物流改革、異業種をタッグなど「業界一つになること」が重要
- ・世の中の50%の男性は女性に花を贈っている。
- ・世の中そんなに甘くない。
- ・業界の内側を固めて、外で取り組むための一歩が必要
- ・各々の力(ちから)で勝ち取ることを皆で誓おう。



閉会のことば



実行委員会副会長 後藤孝彦
(全農岐阜県本部 園芸部長)

