



目次

1. 巻頭言 小川会長
2. 小川会長のトップインタビュー:第27回 株式会社クラシック
代表取締役会長 西尾 義彦氏
代表取締役社長 西尾 紀央氏
4. 第142回アフタヌーンセミナー報告
9. 生産者紹介コーナー:
「花広園(はなひろえん)」 鈴木 涼也氏
10. アフタヌーンセミナー案内
11. フラワービジネス講座 後期もオンライン開催
12. 年間スケジュール/入会案内

巻頭言

「小さくて丸い花器」

JFMA会長 小川孔輔

コロナ禍で葬儀やブライダル、パーティー用の業務需要が減って、切り花や鉢物を日常使用するホームユースが増えている。その結果、短い茎の小ぶりな花や植物に対する引き合いが強くなっている。花の規格の見直しが始まり、市場構造が変わりつつあると関係者から伝え聞いていた。

短い花が売れ始めると、その派生需要としてどんなものが売れるようになるのか？そんなことを考えていたら、今週の『日経MJ』で、「まん丸花器 調和の彩、苦境の活路に全国の職人集う」(2020年10月14日号)と言う記事が目に入ってきた。そうか、短い花には、デザインの小さくて丸い花器が似合うかもしれない。飾り方は、一輪挿しなどで。

MJの記事は、緊急事態宣言が発令された4月に、工芸のプロフェッショナルたちが、競って花器を作る「ワン フラワーウェア」(<https://oneflowerware.jp/>)に集結したという話だった。例年5月に開催される陶磁器の展示会がなくなり、職人たちは新製品を発表する場所を失ってしまったからだ。全国8社の窯元に声をかけてコンペを企画したのは、プロダクトデザイナーの鈴木啓太さん。この企画には、唐津焼や青磁の窯元の他に、広島の木工会社も木製の花器を出品した。

新しいタイプの花器は、全てがまん丸。SMLの3サイズで、直径が手のひらサイズのSから165ミリのLまで。5月にオンラインで販売したら、初回分は3日で完売したという。

ネット上で小さくて丸い花瓶が売れたのは、偶然ではない。この時期は母の月で、例年より長い期間、ホームユースの花が売れていた。わたしもリモートでの授業が始まり、自宅にこもって、我が家の小さな庭や近くの花店やネット経由で、いつもより沢山の花を調達していた。そんな生活環境の変化に、楚々とした丸くて小さな花器がフィットしたのだろう。

夏に入って買い物に出た浅草で、KONCENTというPRODUCTデザインの店を見つけた。(* KONCENTは、浅草の本店・路面店の他に、首都圏を中心に複数の百貨店やショッピングにインショップで店を構えている) 何度か利用したことがあるユニークな雑貨の店で、都営浅草線の蔵前駅にあった本店が、ビルの改築で浅草に移転していた。店の正面から入って一番目立つ棚に、斬新なデザインの花器が陳列してあった。ブランド名がフラワーマン。全てまん丸で小ぶりな花器だった。

予想通りだった。以前にJFMAの講演で日本の家庭にある花瓶の数とオランダのと比較した数字を聞いたことがある。日本が、4個か5個。オランダは21個だった。新しい花の需要は、新しい花器に対する需要を生み出す。しかも花の丈は短い。そして、元々が狭い日本の住宅には小さな花瓶がフィットする。和洋どちらでもとなると、丸い花器がデザイン的にも好まれそう。素材もガラスや陶磁器だけでなく木製品やプラスチックなど、なんでもありだろう。新しい市場が生まれそう。いや、すでに生まれている。

以下は、蛇足である。小さくて丸い花器は口が小さい。花が枯れた後に花瓶を洗うのが面倒くさい。そこで、提案である。丸い花器を洗う特別な洗剤を開発してみてもどうだろうか？ ついでに、フラワーフードにも一工夫してみたらどうだろうか？ そこから、新しい需要が生まれそう。

JFMA 小川会長トップインタビュー

第27回 株式会社クラシック（後半）



輸入切花専門商社

株式会社クラシック

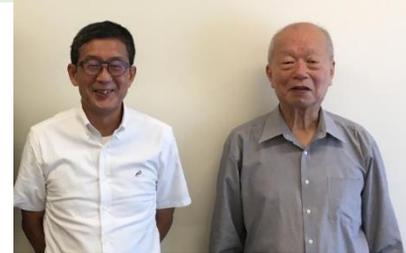
代表取締役会長 西尾 義彦氏 代表取締役社長 西尾 紀央氏

前半は事業スタートの話や、コロナ禍で2020年5月母の日がどうなるか？全く分からない中で、飛行機をチャーターしカーネーションを入荷させた話。後半は事業継承、43年の歴史でのいろんな事業の話をお聞かせいただきました

■フワースクールの話

小川先生(以下:小川):小川:花のアレンジ教室もやっていましたよね？

西尾会長(以下会長):これも30年ほど前にオランダに行った時に、アレンジメントの中にグリーンが沢山使われていました。日本は当時、枝物は使いますが切葉はあまり使ってませんでした。そして葉物の輸入はこれから増えるだろうと考えた時に、「日本の花屋さんに葉物をもっとたくさん使ってもらいたい」そのためにはアレンジ教室がいいのではと思いました。当時はマミフラワーさんやマナコフラワーさん、ロイヤルフラワーさんのような日本の生け花とヨーロッパスタイルの融合したようなアレンジが主流でした。そこで、我々はオランダから国家資格を取った



小川先生

西尾会長

フラワーデザイナー(マスターフロリスト)を6名も招聘し、オランダ式の教室を開設しました。生徒さんも多い時は700名くらいいました。とは言え、バブルの崩壊とともにフワースクールのブームもなくなっていきました。私たちは早い段階で、このフワースクール事業から撤退し、他のフワースクールに営業権を譲渡しました。

小川:スクール始めるきっかけとなった葉物の輸入はその後増えたのでしょうか。

会長:はい。増えました。櫛を除いても今は葉物全体の60%が輸入です。

小川:以前、輸入といえばレザーファンくらいのイメージでしたが・・・

会長:はい。ユーカリとかもですが一番量が多いのは、ドラセナのコーディラインですね。お花屋さんの花束には大体使われていると思います。

■事業後継に関して、輸入の将来

小川:西尾社長は、別の業界から入られたと聞きましたが、入って驚かれたことってありましたか？

西尾社長(以下社長):そうですね。国内外問わず契約書が無いのにはびっくりしました。

小川:入社はいつですか？

社長:2013年です。この業界特性として不確定要素が極めて多いので契約書の形で決めづらいことなどが要因としてあるのは今でこそ理解しますが、特に欧米等海外は契約社会だという認識があったので最初は驚きました。お互いの信頼関係で成り立っている部分が多いというのはあるのでしょうか。ただ、弊社も取引規模が大きくなり、生産者とも大規模に、そして長期的な関係性を築いていくにあたって契約生産の形にしていくことは不可避だと考えました。

交渉を含めて、なかなか面倒ではありますが、でもこういうこと(コロナ禍)があった時に、やはり契約があるかないでは違います。

入社してからは、そういう所をどんどん進めていきました。私たちは商社ですから、我々の存在理由は何か？と考えると、43年で会長が築きあげた生産者さんや国内のお客様との関係が何よりも大事です。またこれまで「西尾義彦」というこの強烈的なキャラクターで運営してきましたが、私が会長と同じスペックと経験があるわけでもないですから、ここからは組織として、このクラシックを運営していきたいと思っています。ありがたいことに、私より豊富な経験と能力をもつスタッフが沢山いますので。

小川:入社されたきっかけがあったのでしょうか？以前いた会社は、どちらかという、全然違う業界ですよ。

会長:その頃、組織がどんどん大きくなる、ファイナンスも見なくちゃいかんという時で、マネジメントもできる、そう人材を探していました。あちこち探していましたが、一番身近にいたのでちょっと来てほしいとお願いしました。

社長:全く、その気はなかったんですが

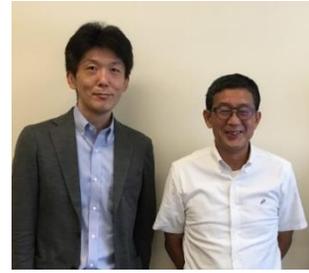
小川:面白い！でも結局入社されている。

会長:会社がどういう状態か見てほしいので、月に一度だけ役員会に1年間出席してもらいました。

社長:一年、ずっと見てきて、クラシックの当時抱えていた問題とか、自分が今までやってきたことが生かせるんじゃないかと思いました。逆を言うと、生かせそうな部分に課題が多くありました。跡を継ぐなどはひとまず置いて、取り敢えず関わろうと思いました。

小川:結果は継いでいますよね。

社長: はい。そうですね。色々やっていく中で、私が継いだ方がいいという流れになりました。売上も組織もそれなりになってきて、個人商店的に進めるには規模が大きくなりすぎていました。それなりの組織体制をしっかり作っていくステージになったのだと思います。先ほどの話でも、会長は色々失敗もされたとおっしゃっていましたが、やはり、挑戦したからこそ失敗もあるので、その精神を引き継いでいきたいとは思っています。



西尾社長 小川先生

■クラシックの次のステップ

小川: 引き継いだ時にご自身で思ったことって何かありますか？

社長: 社長になった時に「企業理念」を新しくしました。

「世界の花と会話し、花を通じて笑顔をお届けする」としています。

実は私どもの会社というのは花を取り扱っていますが、小売店などと違い、実際花を見て触る人は少ないです。それに、母の日など物日は夜遅くまでの作業などどうしても生じますし、人を笑顔にする花を取り扱う我々自身が実は「笑顔」になれていないのではないかと。今回のようなコロナ禍でも農園の人が笑顔になり、その花を買った花屋さん、消費者の方が笑顔になる。そういう仕事をしているんだということを意識しながら、少しでも感じながらともに働いていける会社になりたいと考えました。

小川: そういうことを伝えるミーティングはされているんですか？

社長: 全社員70~80名でのミーティングを半年に一回行っています。この7月はさすがにリアルでは集まらなかったもので、オンラインで全員集めてやりました。この半年に一回のミーティングは社長になる前からしています。原則「開示」して「こういう会社」なんだ。「今こういう感じ」というのをわかかってもらっていたと思っています。

小川: なるほど。今後はどのようにお考えですか？

社長: カーネーションやバラなど定番系の花は日本のマーケットへの「供給責任」を果たすこと。しっかりお客様へ届けなければいけないと思っています。また、我々の立ち位置は川上に近く、小売店や最終消費者からはどうしても距離があります。ですので、少量多品種な花に関しては、しっかりニーズをつかんでいく必要があると思っています、マーケティングの専門部署を作りました。

小川: ホームページもしっかりしていますよね。

社長: 先ほども言いましたが、やはり、川上に近いので花を買ってくださる花屋さんなどに海外の生産者や我々自身の顔ができるだけ見えるよう伝えていければと思っています。

小川: 親子ともに異業種から入ってきたのでそのあたりは、面白いですね。社長は前職何をされていたんですか？

社長: 成長企業に投資し育成するベンチャーキャピタルという仕事です。パートナー契約を結び、成長していくようにしっかりサポートするといったことですが、それだけではなく、その会社自体の経営企画、ITなどもしていました。全く花とは関係ないんですが…。

小川: でもそれが生かされていますよね。クラシックさんへ入社して、プラットホーム造りというか…ね。また精神が必要なので理念とかそういうのをね。

社長: そうですね。前職のおかげでいろんな組織や業態に携わることができました。その経験は今、生かしていると思います。

小川: 本日はありがとうございました。

<インタビューは2020年7月20日に行われました>

■インタビュー後に西尾会長から追記をいただきましたので掲載させていただきます。

創業43年、最も歴史が長く、規模的にも大きい切り花輸入専門商社として、今あるのは、時の利、地の利、人の利に、尽きると深く思っていることです。

(1) 時の利

国産切り花が99%を占め、切り花の輸入がほとんどなかった時代にスタートした”時の運”、タイミングの利です。

早すぎても、遅すぎても今はなかったでしょう。クラシック以前にあった輸入会社も、クラシック以後10年以内に設立された輸入会社は、どこも今は存在していないことから分かります。

(2) 地の利

会社設立6か月後に、成田国際空港が開港されたことが、クラシック飛躍の大きな地の利でした。地価が安い成田であったがゆえに、創業13年後に比較的大きな土地を購入し、大型の加工配送センターを建設、拡大する切り花輸入に対応できる大きなハンドリング キャンパを持つことが出来たのです。もし、成田が開港せず、あるいは開港が遅れ、羽田が国際空港のままであったならば、羽田近辺に今のような自社大型設備を所有することは不可能でした。

(3) 人の利

時の利、地の利があっても、人の利がなければ、今のクラシックはありません。クラシックは創立以来、“人”に恵まれ、支えられ、現在に至っています。大変、ありがたいことです。感謝をしています。

2020年9月には、44年目を迎えます。クラシックは、100年企業を目指しています。 **次号はインパックの守重会長です。**

第142回 JFMAアフタヌーンセミナー

「フローラル・イノベーション2020」

～コロナ禍で何が発信できるか？



2020年10月13日(火)第142回アフタヌーンセミナーがオンラインで開催されました。11月に開催されるフローラルイノベーションの説明及び小川先生の講演でした。

■コロナ禍、何が発信できるか？

「コロナ禍は、5年、10年かかる社会変化を一気に加速させた」と思いませんか？右の表は、私が2015年に「マクドナルドの失敗」という本を出版した時に作ったシートです。今後10年から20年かけてこのように進んでいこうと思っています。

実際は、2020年3月からの半年で一気に進んだように感じます。

コロナ禍の環境変化で何がなくなり何が残り何が生まれるか？

そしてそれにどう対応するか？

- | | |
|-------------|------------------|
| ◆ デザイン I | 人工→自然 |
| ◆ デザイン II | 直線→曲線 |
| ◆ 地理的考え方 | グローバル→ローカル |
| ◆ 人とモノの移動距離 | 長く → 短く |
| ◆ テイスト | 洋(エナジー)→和(エコロジー) |
| ◆ 住処 | 都市一辺倒 → 田舎もミックス |
| ◆ 人間の生き方 | 効率・標準化 → 効果・多様性 |
| ◆ 価値観 | ディスカウント → バリュー |
| ◆ 期間 | 短期 → 長期 |
| ◆ 生産、消費、販売 | 大量→少量 |

「コロナ後の花産業」

原因 → 結果 → 起こったこと

- 社会的な距離(離れる) → 接客の困難さ
→ 無人レジ、非接触型対応、電子マネーの普及
- 外出自粛(移動距離の短縮化→小商圈)(近場での買い物)
→ 電車、車利用から徒歩、自転車利用へ
- 物流コストの上昇(輸送の困難)→ 自前での輸送
ウーバーフラワー? → EC隆盛(2倍以上の売上)
- プロモーションの停止 → 低価格より品質重視
→ チラシの保留、ネット配信、新聞の影響低下
- 在宅勤務(リモートワーク)
→ 自宅の仕事環境の見直し(花や植物への渴望)
→ Stay Home with Flowers から **Enjoy Home with Flowers** へ
- グローバルな産地総崩れ
→ 花市場が機能不全に(価格の崩壊)
→ 花の大量廃棄(作っても運べない)
国内産地の市場依存脱却の動き
生鮮(生花)からフラワー雑貨への動き
- 需要構造の変化
→ 業務需要の消失
→ **ホームユースの規格見直し、新しいマーケットの創造**

■「コロナ後の花産業」

左の表をご覧ください。実際、表が示すようになっていないなあと感じている人は多いのではないのでしょうか。多くの会社員はテレワークが続き、元の週5通勤に戻すことが難しくなっています。都内でも駅近くの商業施設の花屋さんには人通りが減り苦戦している店が多いです。

一方、地元の商店街の花屋さんなどは、地元で消費するお客様が増え、その影響を受けている。さらに、8月9日は、移動をすてはいけない、そんな空気でした。ですので「お盆」「敬老」は花贈りギフト需要が多かったようです。

大学も少人数の授業はリアルに戻りつつありますが、大人数のカリキュラムはほぼオンラインです。

輸入商品が影響を受けていますが飛行機が飛ばなくなったことで、輸入量が減り、国産価格が不安定となっています。国内の物流は戻りつつありますがそれでも飛行機が飛ばないことで入荷が減っています。

とはいえ、コロナ禍のステイホーム期間、家に花や植物を飾る人が増えました。ホームセンターやガーデンショップは、花苗、野菜苗の売れ行きが好調だったと聞いています。

今年は5月を「母の月」と農水省さんの補助を受け、大々的にキャンペーンを打つことができました。そのことで、営業していた花さんは5月の売上を大きく伸ばせたようです。また花を飾りだした人達は、枯れたらまた買うという「ホームユース」の伸びが顕著になってきています。

「コロナ後の花産業」へ 4つの提案

1. 「花屋では花を売ることを当たり前と思うことを疑っていませんか？
2. 物流コストを見直してみてもうはどうでしょうか？
3. 花屋で売る商品の規格、価格、売り方（プロモーション）は、抜本的に見直すべきではないですか？
4. 働き方を変えないと、この産業には人は集まりません。今の人材だけでは先が見えているのではないですか？

9月のアフタヌーンセミナーで千葉の青木園芸さんが、産地も「規格」の見直しを本気でしていかなければ、いけないと話していました。このウィルスの流行はあと1年は続くといわれており、変化に対応していく力が必要です。今までのやり方を、変える最後のチャンスかもしれません。

そしてグリーンを飾る、花を飾る人が増えてきたので今が「ホームユース」を伸ばす最後のチャンスなのかもしれません。

続いて事務局より、フローラルイノベーション2020の開催概要説明がありました。

■ フローラル・イノベーション2020

会期：2020年11月11日(水)～13日(金) 10:00～17:00
会場：東京ビッグサイト 青海展示棟
主催：一般社団法人日本能率協会
共催：日本フローラルマーケティング協会

昨年スタートしたフローラルイノベーション。今年で2年目となります。なぜ、JFMAは展示会を開催しようとなったのか？

私たちは、花業界でもっと新しい発信をする場所が必要と感じておりました。新たな付加価値を創出し、花の消費を拡大するための専門展示会。新型コロナウィルスが流行する前から、花業界には危機がもう目の前にありました。毎年来る大型台風、長雨の災害、地震、そして、繁忙期の荷物遅延、人口減少による人手不足。ウィルス流行で多くの人が外出しなくなり移動制限がかかりました。

そんな中で、私たちは花業界として何ができるか？2年目のチャレンジです。

■ コロナ禍での感染対策は万全

1. 来場者事前登録(ウェブからご登録ください)
2. 体温検査
3. ソーシャルディスタンスの確保
4. アクリル板の設置
5. 各エリアの消毒



無料セミナーでは200名収容の会場に100名で開催↓

■ 展示会来場の特典

- ① 発信の場
- ② 交流の場
- ③ 学びの場
- ④ 問題解決の場



■発信の場

「第1回Enjoy Home with Flowersプロダクトアイデア大賞」

- ①キャッチフレーズ Enjoy Home with Flowers
- ②目的 スーパーマーケットなどで販売できるような魅力のある花束やアレンジのコンテスト。
店頭販売価格2千円以内が条件とする。
- ③募集 自由が丘フラワーズ「はなどんや」でウェブ募集
91作品→8作品が当日並び、大賞をこの日に発表します。

会場イメージ



■学びの場、問題解決の場

イベントスペースで毎日ミニセミナーが開催されます

* 講演時間は30分

- ◎11/11(水) 「おうちにある瓶や器で花活けの実演」2回/日
講師:リリープロモーションジャパン:金藤公夫氏、レン・オークメイド氏
- ◎11/12(木) 「花を長く楽しむためのひと工夫」 2回/日
講師:フルーロン花佳:薄木健友氏
- ◎11/13(金) 「花の日持ち試験とTTV(温度時間値)について」
講師:インパック株式会社 IFRL 国際花き分析センター 宮西陽郎氏
- ◎11/13(金) 「変わる。花の物流」
講師:三和陸運株式会社 代表取締役社長 井上博保氏

講師:三和陸運株式会社 代表取締役社長 井上博保氏

■無料セミナー:花業界の知識の底上げと学ぶ場の提供
100名限定！！

ウェブで申し込み

◎2020年11月11日(水)15:00～16:00

「これからの花業界」

法政大学経営大学院

イノベーションマネジメント研究科 教授

一般社団法人日本フローラルマーケティング協会 会長 小川孔輔氏



◎11月12日(木)11:00～12:00

「青山フラワーマーケットが支持されるワケ」

～売れる花屋の秘密～

株式会社パークコーポレーション

ブランドクリエイター 江原久司氏



◎11月12日(木)12:20～13:20

花の日もち対策

～今よりさらに長く楽しむコツ～

株式会社花佳 代表取締役社長 薄木健友氏



◎11月13日(金)12:20～13:20

「花のトレンドを読み解く」

株式会社大田花き 営業本部

チームリーダー 宍戸純氏



フローラル・イノベーションとは

日本の花き業界の「持続的な存続・発展」を支援するため、
花き業界内の各流通フェーズ(種苗、生産、流通、小売、関連資材)における様々な製品、
技術を集めた花きの新しい付加価値創出、ならびに、花き業界全体が抱える問題
(気候変動、物流における人手不足、高齢化と後継者難等)への対応を、
業界内外の英知を結集して考える場を目指します。
過去～現在がどうであるかよりも、「未来にどうありたいか」を共有できる場を作ります。



来場される方は必ずウェブにて事前登録をお願いします。 会場は東京ビッグサイト 青海展示場(場所間違えないように)

STEP1

ご来場される展示会名を選択し「申し込む」ボタンをクリック

種類	金額	枚数
アグロ・イノベーション2020	無料	0
鳥獣対策・ジビエ活用展2020	無料	1
野菜・果物ワールド2020	無料	0

申し込む

STEP2

メールアドレスと希望パスワードを入力し、「次へ」をクリック

新規会員登録

メールアドレス・PW入力 確認 完了

メールアドレス

ご希望のパスワード

次へ

STEP3

「EventRegist」から届いたメールを開き、会場登録完了URLをクリック

会員登録のご案内

下記URLにアクセスし、会員登録を完了させてください。

https://xxxxxxxx.xxx/...

※@eventregist.comから届くメールを受信できるように設定ください。

←セミナー受講を希望する人は、事前登録のタイミングで一緒に予約してください。

STEP6

登録したメールアドレスに事前登録証PDFが送信されます。PDFをA4サイズで印刷し、当日必ずご持参ください。



STEP5

セミナーを選択(申し込まない場合はそのまま「次に進む」)、申込者情報を入力し申込を確定

姓 能率

名 太郎

姓(ローマ字) Nouritsu

名(ローマ字) Taro

オーダーを確定する

STEP4

開いたURLから「会員登録を完了する」をクリック

会員登録のご案内

〇〇〇〇様

お申し込みには、EventRegistの会員登録が必要です。

会員登録を完了する

Copyright © Japan Management Association All rights reserved. 13

JFMAブース

7-14

会場

<青海展示棟について>



ゆりかもめ：青海駅
(東京ビッグサイト駅ではありません)

りんかい線：東京テレポート駅
(国際展示場駅ではありません)

『場所を間違えた・・・』

8分間隔の無料シャトルバスを東京ビッグサイトが運行(10時~18時予定)



生産者コーナー : 連載5回目 「花広園(はなひろえん)」 鈴木 涼也氏

JFMA理事の杉谷氏の紹介で毎回違う産地さんをご紹介します。JFMA会員・非会員関係なく、いろんな産地さんを紹介していきます。千葉で元気な産地さんの紹介です。

◆今月の生産者さんは、ソテツ、ハラン、入才、アスナロ、ヤツデ、その他実物、草花、枝もの四季を意識した花を生産されている「花広園」の鈴木涼也さんです。鈴木さんは22歳！！生産技術はお父様から伝授され、コロナ禍、新規開拓した草花は房総の先輩生産者さん達に学んだそうです。

◆就農した理由を教えてください

大きな理由は家業が扱っている品目自体が日本全国探してもほぼ千葉の房総館山地域でしか栽培されていない品目だと知り、高校生ながら自分がその地域で育った縁を感じたことと、親がやってきたのを見ていて自営業の面白みにも惹かれ、自分の力で打開したり考えたり、行動したりと努力次第ではどこまでも行ける！事にとっても魅力を感じたからです(笑)

◆花を作る時のこだわり、自慢できること

独自の買い付け、出荷ノウハウを生かして出荷するので安定供給できることです。

◆花を生産していて、大変なこと、良かったこと

大変なことは、路地栽培なので絶対ということが無い中、お客さんにできる限り安心を感じて貰うことだと思います(笑)あと、市場でのセリ風景を見ると心痛いです。生産にコストがかかる中、適正な価格が付かないのを見ると買い手と売手が繋がることの大変さ、適正な単価での取引をすることの大変さを感じますしそこが変わって行かないと花の世界はこれ以上大変なことになっちゃうのかな？と若手ながら強く感じています(笑)

良かったことは、達成感を身を持って感じれることです！お客さん、市場関係者から『良かったよ！』『次も頼むね！』『いつもありがとう！』と目を見て言って貰えることはホントに幸せなことですしこの世界に入ってとても良かったなと感じます！

後は、出張先で食べるご当地物だったり、グルメを味わえることがこの仕事の特権かなと思って楽しんでいます(笑)とにかく『花』という共通点から素敵な出会いを頂けることが一番良かったな！と感じます。

◆2020年のコロナ禍、変化はありますか。

これまでやってきた草花栽培にチャレンジ出来たことです。その中で地域の先輩方や取引先の方との交流、自分自身チャレンジすることの大切さと、それによって、出会える方との縁をとても強く考えるようになりました。とても大切なことを理解出来ました。

◆エンドユーザーへ花を届けるために、何かしている取り組みはありますか？

SNS(インスタグラム、Facebook)での情報発信です。商品はもちろんですが、作業場の掃除風景や畑の管理風景、普段の作業以外でどんな取り組みをしているか。などを分かりやすく動画配信しています！産地の今！をリアルタイムで発信しないと分からない裏の部分をお届けすることで、より身近に感じて貰い、同時に産地～消費者までの一つのストーリーをシェアしてエンドユーザーへ、花の『物語』として届けられるように取り組んでいます。(インスタ:hanahiroen_ フォローよろしくお願いします。)

◆今後の夢、チャレンジしたい事

夢は、農場オーナーになって、花で癒しを提供出来るようなカフェを運営することです！また、自分のこれからの路線を大きく広げて行けるようなチャレンジを沢山することです。僕の良いところである、前向きさと、熱心さを生かして失敗を恐れず、どんどんチャレンジします！



上: 鈴木涼也氏



上: ソテツ



下: ハラン



上: 入才
左: ひまわり



--おまけ-- ◆今まで食べておいしかったものは？

学生時代バイトでお世話になった地元のお寿司屋さんの大将たちとニセコヘスキーに行った時食べたスープカレーと、ロフトクラブで食べたジンギスカンは一生忘れないと思います(笑)とにかくニセコで味わったもの、全てが美味しかったです!!

第143回 JFMAアフタヌーンセミナー

オンラインで開催します

「気候非常事態宣言、世界の動向と日本」

日 時 : 2020年12月8日(火) 14:00-15:30
 講 師 : 山本良一氏(東京大学名誉教授)
 参加費用 : 3000円(非会員:4000円)
 お申込み・お問合せ : JFMA事務局
 TEL: 03-3238-2700 FAX: 03-3238-2701 email: info@jfma.net



【講師紹介】

山本良一氏(東京大学名誉教授・山本エコプロダクツ研究所)

■略歴

1969年東京大学工学部冶金学科卒業。
 1974年同大学院工学系研究科博士課程修了、工学博士。
 マックスプランク金属研究所客員研究員
 1980年同助教授(工学部金属材料学科)
 1989年同先端科学技術研究センター教授
 1992年同生産技術研究所教授、国際産学共同研究センター長
 2010年東京大学名誉教授。
 2011年4月東京都市大学環境学部特任教授(～16年3月末)、国際基督教大学客員教授
 2013年国際グリーン購入ネットワーク名誉会長。



ほかに環境配慮契約法委員会座長、LCA 日本フォーラム会長、エコプロダクツ展実行委員長、日本エンカル推進協議会代表、消費者庁「倫理的消費」調査研究会座長、中国の北京大学、精華大学など31大学の客員教授を歴任、現在に至る。

【山本良一氏インタビュー】エコ文明への転換期に突入した新人類

<http://eco-log.co/271>

■気候非常事態宣言とは、

国や、自治体、学校、団体といった組織が、気候変動が異常な状態であることを認める宣言を行うと同時に、気候変動(もはや気候危機)を緩和するための積極的な政策を打ち出すことによって、市民や事業者などの関心を高め、気候変動への行動を加速させるもの。短く「気候危機宣言」と呼ばれることもある。

平たく言うと、「火事だ!」と警報を鳴らすことによって人々の注目を集め、火事=気候変動を緩和する政策を積極的に打ち出すことだ。目的は、環境保全によって人類、社会経済、エコシステムを守ることにある。

世界で最初に宣言を出したのはオーストラリア・デアビン市。草の根活動家が政治家に個別に働きかけを行い、2016年に議決にこぎつけた。その後、欧米に拡大し、特に2016年に熱波で93人が死亡したカナダのケベック州では300以上もの自治体がこの宣言に参加した。今や世界中で11,00以上(2019年10月時点)もの国や地域、組織が宣言を出している。



写真: アフリカでは2019年8月15日～22日に森林火災が8万件発生、90万ha焼失した。乾燥の長期化と異常高温が影響。

JFMAフラワービジネス講座 2020年度後期カリキュラム

- ◆後期 2020年 11/4、11/17 オンラインで開催
- ◆開催時間 13:30～16:15(75×2)
- ◆副読本 「お花屋さんの仕事基本のき」1760円(事務局でも販売中)
- ◆受講料 後期講座:(単発(1日) 会員:6,000円 非会員:7,000円)
(一講座会員:3,000円 非会員3,500円)

(敬称略)



◎JFMAフラワービジネス講座も残すところあと2回です。
1日受講、1講座受講も可能ですので、受講を希望される方は
JFMA野口まで

日程	時間	内容	分	講師
11/4(水)	13:30～14:45	産地から見た花屋さん	75	JA会津よつば 菅家 博昭
	15:00～16:15	未来につながる花の取り組み ～サステナブルな活動とは?～	75	MPSジャパン株式会社 代表取締役社長 松島 義幸
11/17(火)	13:30～15:00	キーワードで読み解く花のトレンド	90	株式会社大田花き 販売チーム リーダー 穴戸 純
	15:15～16:30	ディスカッション ～今後の花業界にもの申す～	75	小川孔輔×穴戸 純
	16:30～16:45	修了式		

10/6のフィールドワークでは花屋さんを調査。2年に一度ほど同じお店を計測しています。今年にはコロナ禍で、通行人が約4割減。店頭の生花も少なかったです。新型ウィルスの影響は確実に日常を変化させています。駅構内のお店は、今まで通りでは厳しくなっていますので何か戦略を立てる必要がありそうです。



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	
行事	初市1/6 七草1/7 成人式1/13	IPM 1/28-31 ガソニアフェ 1/17~21	節分2/3 世界らん展2/14~21 バレンタイン2/14	桃の節句3/3 春彼岸3/17~23 ミモザの日3/8 ホワイトデー 3/14	イースター4/1 卒業・入学 フラワードリーム 2020 休止 日本フラワー&ガーデニングショウ 中止 4/24-26	ガベラの日4/18 すずらの日5/1 端午の節句5/5 母の日5/10 チェルシーフラワーショウ(5/19~23)中止 新型コロナウイルスの為オンライン	父の日6/21
JFMA行事	新春セミナー 14日13:30~17:15 賀詞交歓会 14日17:30~19:30		新型コロナウイルスの為、イベント中止			会員総会 オンライン 16日11:00~12:00 定例セミナー 中止	
セミナー		18日14:00~15:30	延期	中止	休み		
理事会	14日11:00~12:00	18日16:00~17:30	中止	中止	12日16:00~17:30 オンライン	16日10:00~11:00 オンライン	
イブニング		18日18:00~20:30	中止	中止	中止	中止	
海外視察・研修						◆フラワービジネス前期講座 オンライン ①6/23 ②6/30	

	7月	8月	9月	10月	11月	12月
行事	お中元1~15 オリンピック開会式7/24 海の日7/24 七夕、かすみ草の日7/7	オリンピック閉会式8/9 山の日 8/10 旧盆 8/13~16 休市13 15 17	重陽の節句9/9 敬老の日9/21 十五夜9/13 ガソニアフェ 秋彼岸9/19~25	今年はオリンピックイヤーの為 体育の日 は7/23 ハロウィン10/31	七五三11/15 フローラル・イノベーション11/11~13 いい夫婦の日11/22	お歳暮15~25 止市12/29 迎春
JFMA行事						
セミナー	14日14:00~15:30 オンライン	休み	8日14:00~15:30 オンライン	13日14:00~15:30 オンライン	休み	8日14:00~15:30
理事会	14日16:00~17:30	休み	8日16:00~17:30	13日16:00~17:30	9日16:00~17:00	8日16:00~17:30
イブニング	14日18:30~20:30 オンライン	休み	中止	休み		8 (忘年会) 未定
海外視察・研修	◆フラワービジネス前期講座 ③7/7 ④7/21 ⑤7/28	◆フラワービジネス前期講座 ⑥8/4	◆フラワービジネス後期講座 ①9/1 ②9/15 オンライン	◆フラワービジネス後期講座 ③10/6 ④10/20 リアル	◆フラワービジネス後期講座 ⑤11/4 ⑥11/17	未定

注)アフターヌーンセミナー、理事会、イブニングセミナー開催は第2火曜日とする。

編集室から

先日、フローラルイノベーションの招待状をお送りしましたがお受け取りいただけましたでしょうか。入場には事前登録が必要ですので、ご来場をご検討の方は、ご面倒ですがウェブから事前登録にご協力をお願いします。

またセミナー受講予定の方も事前登録後、申し込みとなります。

JFMAのブースは7-14です。皆様にお会いできますこと楽しみにしております。(野口)

JFMAニュース 2020年10月20日号

発行日 2020年10月20日
発行所 一般社団法人 日本フローラルマーケティング協会
住所 〒102-0081
東京都千代田区四番町4-9東越伯鷹ビル5F
発行責任者 小川 孔輔 編集責任者 野口 弥生

■連絡先・ご入会・セミナーお申込み

一般社団法人 日本フローラルマーケティング協会
〒102-0081
東京都千代田区四番町4-9東越伯鷹ビル5F
TEL 03-3238-2700 FAX 03-3238-2701
MAIL info@jfma.net
JFMAホームページ <http://www.jfma.net/>
MPSホームページ <http://www.mps-jfma.net/>

Shall we flower?

