

花卉卸売業の後継者として

丸石園芸株式会社 企画室

石田 裕一

はじめに

私は平成10年3月に園芸別科花卉専攻を卒業。家庭園芸農薬の薬品メーカーに約5年、営業マンとして勤務しておりました。その後、平成16年4月に丸石園芸株式会社に入社しました。当社では企画室部署で、広範囲にあらゆる仕事に取り組んでおります。

当社は園芸植物・園芸資材の総合卸問屋です。昭和37年創立。現代表取締役 石田裕美が現本社所在地の大阪府大東市で観葉植物の生産・卸を開始し、昭和46年に園芸資材卸部門を併設し、昭和63年に株式会社を設立しました。園芸資材部門は豊中市に営業所を設け、園芸植物部門では鶴見花き卸売市場内に仲卸として鶴見営業所を併設しております。従業員数は48名（平成17年4月1日現在）です。

主な販売先は、園芸店、生花店、ガーデンセンター、ホームセンター、ドラッグストア、スーパーマーケット、諸官庁です（順不同）。資材部の主要な取扱商品は、農薬・肥料・用土・容器・支柱鋼管関連、その他園芸資材全般を取り扱っております。資材部の年間総出荷数量は約1,000万個以上に及び、常時在庫量は約6,000SKUの管理をしております。

花卉部での主要な取扱品目は、花苗・野菜苗・鉢花・観葉植物・ラン・多肉植物・サボテン・庭木、その他植物全般を販売しております。花卉部での平均年間出荷個数は約200万個です。主な展開地域は大阪

府・奈良県・兵庫県・京都府・和歌山県・その他と、関西圏に主力をおいております。

資材卸問屋の現状

近年の価格競争の激しい資材問屋業では、値段の叩き合いにより自主廃業及び倒産になるケースが年々増加傾向になっておりました。関西圏でもここ数年で資材卸問屋が数件以上、自主廃業及び倒産しております。

いわゆる中間業者（問屋）の必要性が問われ、生き残りをかけようと思えば何処よりも安い見積りでアピールするしか、存在を示すことが出来ないのがここ数年の現状です。このような状況のなかで、中間業者に残る利益は薄利です。となると、利益の捻出からみて到底合わない経費の出費が重なってくるため、自主廃業及び倒産に追いやられる訳です。そのため、中間業者をとばしたメーカーとの直接取引が、ここ数年の流れとなっています。

中間業者がなく、メーカーと小売店だけの商売に何の利益があるか考えてみると、中間マージンを抜いた利益しかありません。そのため、更に販売価格の下落が激化します。このような状態になると、店側も儲けがない商品は辞めてしまい、結局は売れている商品でも潰してしまうことになるのです。また、偏った商品構成になり、品揃えも悪くなってしまいます。我々問屋があらゆるコストの削減で、価格だけの勝負に参入した結果がこの状態を招いた訳です。



花卉部温室外観風景



花卉部温室内風景

園芸知識の向上への取り組み

当社では、20年前から、「園芸の専門家としての更なるレベルアップ」をテーマに、園芸業界に携る全てのメーカーから小売店まで、また我々卸問屋の知識の向上を図るため、丸石会を設立しました。

丸石会は当社の取引先小売店からメーカーの皆さんで構成されている団体です。20年前にさかのぼると、陳列すれば何でも売れていた時代でした。しかし経済状況も変動し、環境も変り、現在では綿密な仕掛け及び販売戦略など、しっかりした企画を立ててこそ、販売及び実績につながっていくのではないのでしょうか。

丸石会では、年に1度の総会及び1泊研修旅行と、3回にわたる勉強会を毎年行っております。勉強会では販売員の接客から、園芸知識のレベルアップ、及び店舗のレイアウトやPOPの書き方などまで、多方面にわたる勉強を行っております。1泊研修旅行では、植物の生産者や資材メーカーの工場から小売店まで、さまざまな所へ見学に行きます。この20年で都道府県17カ所以上と海外研修を1回行なってきました。

現地での生産者との交流や実際に仕入れている植物や資材などの生産現場を見学することで、今まで以上に商品の特性がよく解り、また疑問も実際に目で見てその場で解決することが出来ます。

他業種と比べると、園芸は専門的な知識が必要な業界ですから、専門家としての知識をもつのは義務だと思えます。また、園芸に興味をもったお客様に失敗しない栽培方法を提案出来るように、小売店及びメーカー、我々卸問屋がもっと知識を深めることが必要であり、園芸業界の発展及び園芸消費者人口の増加に繋がると確信しております。興味をもって園芸を始められるお客様に「難しい」、または「失敗したからもう園芸はやらない」と拒絶反応を起こさせないためにも、我々が知識を深めることが重要であると考えております。

インドアグリーンへの提案

「園芸」というとどうしても外での作業イメージが強く、若い世代の消費者はあまり受け入れ難いのが現状であります。ところがその中で、最近はインドアグリーンが若い世代に受けています。オフィスの机にミニ観葉を置き、癒しの効果として使用される場面が増えてきています。特に最近の雑貨店等では、ミニ観葉・多肉植物・サボテンなど、インドアとして楽しめる商品、または、インテリアの一部として、オブジェに使用される商品の取り扱いが増えてきています。

当社も新規園芸ユーザーの開発として、若い世代に受け入れていただく商品を提案するために、インドア向けの多肉植物やミニ観葉などの鉢植えを生産しております。当社の資材ルートの活用と植物ルートの活用により実現出来た商品です。器にも趣味嗜好がとて出やすいので、資材部がまずリサーチ及びマーケティングをして器を提案し、その器に合う植物を花卉部が選考して出来上がります。今後はお客様の希望に沿う商品を打合せして、商品製作から共に出来るようなスタイルにしたいと考えております。つまり小売店のオリジナル商品の作成を当社で引き受けるといったシステムです。小売店それぞれには様々な特色があり、また多様なユーザーがいらっしゃいますので、そのお客様の声にお応えし、満足して頂ける商品をご提供できればと思っております。この細かな対応は、問屋だからこそ出来ることだと思えます。

植物のオリジナル商品化へのチャレンジ

当社が取り扱う植物のほとんどは、市場からの仕入です。しかし近年求められているのは、オリジナル商品の取り扱いです。市場商品だけの品揃えでは何処で仕入れても同じであるため、小売店に魅力を感じてもらえないのが正直なところです。



花卉部商品荷卸作業風景

当社としては数年後の生き残りもかけ、オリジナル商品の取り扱いも視野に入れて行こうと考えております。ただ既に取組まれている同業者の方もいらっしゃいますので、現状ではまだ商品化されていない品目にチャレンジしたいと考えております。

植物の取り扱いについては長年のノウハウもありますし、小売店と直に取り引きしている立場の我々ですので、今本当に求められている商品を把握して、商品に結びつけたいと考えています。またオリジナル商品を取り扱うことにより、地域色の強い植物を揃え、地域に適した風土及び気候などの条件を考慮した、地域に密着したサービスを提供して、より一層の細かなご提案が出来るのではないかと思います。

今後の展望

当社では知識力・企画力・情報力、この3点をバランスよく持ち合わせた問屋業を心掛けております。

知識力向上について。問屋業は小売店またはメーカーと違い、取り扱いアイテムは膨大な数です。この膨大なアイテムを上手に取り扱うためには、商品知識については小売店よりも、またメーカーよりも深く知っておかなければなりません。当社では商品知識向上の一貫として、営業の勉強会を頻繁に行っております。

これはもちろん、セールス研修ではありません。商品をお得意先様にご紹介するには、曖昧な商品知識では商品をご提供、販売して頂いているメーカーや小売店に申し訳がありません。従来小売店が商品知識を高めなければならないといわれてきましたが、我々問屋業こそ、メーカーの商品を取り扱い、また紹介する立場にあるのですから、一番商品知識がなくてはいけないのではないかと感じています。ですから、商品勉強会を頻繁に行うようにしております。

企画力の向上について。営業社員全員が商品知識を高めることにより、商品の特性を熟知した売場の商品構成及びご提案が出来ると思います。特にシーズン色の強い園芸では、シーズン毎のタイムリーな提案が重



資材部倉庫外観風景

要視されます。どうすればタイムリーに商品をご提案出来るか、それは商品特性を熟知するほかに何も無いと思います。

情報力について。当社では資材部と花卉部の2部に分けられております。他の同業者には両方を兼ね備えたベンダーがありません。この植物と資材の情報力を上手くコントロールして情報をご提供出来るようになりたいと考えております。植物があって初めて園芸資材の販売に繋がりますので、植物と資材を連携させた情報交換は非常に重要だと思います。

以上の3点に共通することは、やはり「知識」が一番大きなポイントだと思います。今後の展開として、知識の向上は元より、商品の取り扱いにしても、ただ単に新商品を扱うのではなく、全ての商品の特性を知った上で、個々の小売店にご提案出来るようなスタイルを確立したいと考えております。小売店にとっても、全ての新商品や商品を紹介されても選びようがないと思いますし、個々の小売店の特色に合わせて厳選された商品の内容について細かく説明されたほうが、商品自体の内容及び必要性を感じて頂けると思います。

私の抱負は、「園芸を通じて、地域や町を、より緑豊かにしたい」と思っています。自分自身がこの心やすらぐ園芸に関わっている人間であることに責任をもち、緑の普及に貢献したいと考えています。

ここまで、私の考えだけを勝手ながらも述べさせていただきました。日々問屋業のあり方について悩んでいるのが正直なところです。私の考え方には間違っている点や賛同していただけない部分が多いかと思いますが、是非この機会に、いろいろなお意見、ご感想をお聞かせ願いたいと強く思っております。E-mail (info@maruishiengi.jp) でも電話 (072-871-3990) でも、お近くにお寄りになられた時でも構いません。いろいろなお意見、ご指摘を宜しくお願い申し上げます。まだまだ未熟者ですので、ご指導、ご鞭撻のほど宜しくお願い申し上げます。