

平成30年度農業青年組織等活動活性化事業  
(地域青年農業者等グループ活動活性化助成)

事業主体名 鹿児島県花壇苗生産者協議会

1 目的

パンジーなど花壇苗「定番品目」は、県内外の大規模生産者から鹿児島県内市場向けに安価かつ大量流入しており、低価格競争の様相を呈している。そのような中、比較的小規模な経営に取り組む鹿児島県内の新興若手花壇苗農家は、生産した花壇苗を主に県内向けを出荷しているが、低価格競争では経営的に立ちゆかなくなる恐れがあるため、消費者にとって新規性および信頼性が高い品目の、高単価・小ロット・多チャネル販売に取り組んでいく必要がある。さらに、新規品目は信頼性の面から敬遠される傾向にあるため、購入してもらうには鹿児島の気候・土壌への適合性情報が不可欠である。



写真1 花市場でのラベルの検討

昨年度は、鹿児島の気候に適した信頼性が高く有望と思われる新規品目を4品目選定した。本年度は選定した3品目を生産・出荷するとともに、その市場性を調査し、マーケティング能力及び経営管理能力の向上を図る。



写真2 出荷荷姿 (アガスターシャ)

2 実施状況

(1) 選定品種の商品性及び販促資材等の活用効果確認調査の実施

昨年度選定した4品種から3品種 (這性パンジー、アガスターシャ、チェイランサス) に絞り込みを行い、出荷の際に添えるラベル、ポップを検討。

ラベルやポップを添付して出荷後、買受人への聞き取り調査を実施。

買受人からの意見で、選定した3品種の商品性及びラベル等の販促資材活用による高評価を得られた。また、買受人側からみた商品性のよい品目と評価される要点やエンドユーザー (今回は買参人・仲卸) のニーズが把握でき、マーケティング能力の向上に役立った。

(2) 選定品種の特性確認

選定した3品種を花壇に植え、植栽1ヶ月後経過を観察した。這性パンジーは、通常のパンジーよりグランドカバー力が優れ、除草の省力が期待できる結果であった。



写真3 這性パンジー-1ヶ月後 (左:従来種 右這性種)

3 今後の課題、取り組み

自分たちが普段出荷する市場において評価されるための要点を把握することができたため、今後は、買受人が高く評価する要点を押さえた品目を生産して出荷する (マーケット・イン) とともに、買受人が高く評価する品目を選定、生産して情報を発信する (プロダクト・アウト) 両方の視点から生産・出荷体系を構築する必要がある。