

鉢物生産者による魅力的な商品開発

～荷姿の工夫で、新たな価値を創造～

河村治代（東三河農林水産事務所田原農業改良普及課）

【平成22年11月18日掲載】

【要約】

出荷容器やラベルなど荷姿を工夫し、見慣れた植物に新たな価値を付与することで魅力的な商品を開発している鉢物生産者の取り組み事例を紹介する。

成功事例に共通するポイントとして、植物自体の品質、明快なコンセプト、オリジナリティ、商品としての完成度、デザインへのこだわり、販売方法の工夫などが挙げられた。

1 はじめに

鉢物経営において、魅力的な新商品を開発することは有利販売を行ううえで重要な戦略のひとつである。ここでは、出荷容器やラベルなど荷姿の工夫により、従来からある植物に新たな価値を付与することに成功している事例を紹介する。

2 事例紹介（田原市の生産者の取組から）

＜事例① 生産者S・ドラセナ・マッサンゲアナ（幸福の木）＞

オフィスや公共スペースに向く、定番の白い懸崖鉢（深鉢）を用いた従来品（写真1・左）に加え、個人需要を狙い、デザイン性のあるオリジナルの容器を用いた「自分の部屋にそのまま置ける」企画商品を提供している。

鉢の素材は、陶器より安価で取り扱いにも便利なプラスチックを用い、デザインで高級感を演出するとともに、鉢と揃いの受け皿、鉢土を隠す白い石、高級感のある落ち着いた色調のラベルをつけ、統一のデザインで様々なサイズの商品を用意して『JenaGreen～緑の楽園～』というシリーズ名で販売している（写真1・中）。

角鉢のシリーズ『スマートスタイル』は、よりカジュアルな仕様で、客が買い求めやすい価格帯とすることを意識して作られた商品で、同じ鉢サイズでも植え込む本数を減らすなど、価格を抑える工夫をしている（写真1・右）。

＜事例② 生産者K・アンスリウム＞

出荷時に植物を保護するスリーブの代わりにオリジナルの鉢カバーを用いたもので、持ち運びやすく、そのまま飾ることができ、ちょっとした手土産にも向く商品となっている。鉢カバーは半透明のオレンジ色で、植物の色を邪魔せず、爽やかさと高級感を演出している。背面には取っ手となる穴が開けられ、管理の仕方や園の紹介が詳細に記されている（写真2）。

＜事例③ 生産者O・宿根アサガオ＞

流行の「緑のカーテン」にも向く宿根アサガオの苗をロングポットに植え、花色を示すラベルと支柱をイメージした竹の棒を挿したもので、1ポット毎にスリーブをつけ、小物感覚で扱えるような商品としている。（写真3）



写真1 商品事例①ドラセナ・マッサンゲアナ



写真2 商品事例②アンスリウム



写真3 商品事例③宿根アサガオ

3 成功のポイント

これらの商品に共通するポイントとして、次のようなことが挙げられる。

- ①植物自体の品質にも自信がある。
- ②狙いやコンセプトがはっきりしている。
- ③オリジナリティがあり、他との違いが判りやすい。
- ④販売や消費の場面を意識し、小売価格を想定して作られている。
- ⑤用いる素材やデザインを吟味し、細部までこだわって作っている。
- ⑥そのまま店頭で陳列できる形であり、商品としての完成度が高い。
- ⑦カタログやPOP等も合わせて作り、商品のコンセプトを伝える工夫をしている。

いずれの事例においても、新商品の販売開始に当たっては、市場に出向くなどして販売担当者に新商品のコンセプトをしっかりと説明しており、市場を絞り込み、競売には出さず注文対応のみの販売とするなど、確実に有利販売に繋げる工夫をしている。苦勞して開発した商品の寿命を長く保つため、このように販売戦略も合わせて考えることも重要なポイントであると思われた。

4 おわりに

一般的に、成功する商品開発のポイントは、「よい品物を、よいパッケージに包み、よい名前をつけて、適切な価格で販売する」こととされる。鉢物においても同様のことがいえよう。