

# 千葉県植木販売拡大研修会の開催

## ～県内の植木生産者と大手緑化卸売会社と連携した販売強化の取組～

### 1 課題の目的

これまでの植木経営は好調な輸出を背景に輸出に特化した経営が続いてきたが、近年は植木の輸出額は減少の一途を辿り、将来的には輸出相手国の植物検疫体制の強化でさらなる輸出コスト増等から輸出額の減少が予想されている。一方、この間、国内向けの生産体制は脆弱化し、産地として国内需要に応えることが難しくなっている。そこで、持続的な植木経営体の育成の一つとして、生産者が生産販売計画作成の一助とするために販売（営業）能力向上に向けた取組を実施した。

### 2 課題の背景

- (1) 国内向けの緑化樹の供給量のうち主流であるポット物のシェアは、概ね三重県〔6割〕、千葉県〔1.5割〕、福岡県〔1.5割〕と推測されている。東京都内の需要が最も多いが、千葉の地理的有利性を存分に生かせていない。
- (2) 植木生産者の有志が広域で組織した研究会として主に海匝管内の生産者を中心とする GAM(ガム)、印旛管内の生産者を中心とする Labo(ラボ)、印旛マツト研究会というグループがある。これらのグループは、独自に研修会や展示商談会等への参加などは行っているが、実需者への最大の供給者である大手緑化卸売会社との情報交換会等はほとんど行われていなかった。
- (3) 今後の国内向け緑化需要では、社会ニーズの多様化でますます多品目生産の傾向が強まる等、緑化情報の閉塞感から生産者はますます生産計画を立てにくくなっている他、生産物の不良在庫と廃棄率の増大が経営を圧迫している。
- (4) 国内外の事例では、生産者のグループ化により「自らの生産物は自らが営業して売る」という経営理念に基づいた成功事例が多い。しかし、本県ではこのような事例がないことが、植木経営の発展的拡大を蝕んでいる要因であることから、販売面で実需者と連携を図るうえで生産者の営業能力向上が必要となっている。

### 3 普及活動の経過

- (1) 県内の主要な植木生産者グループである GAM と Labo、そして、当農業事務所で育成している匝瑳市を中心とする若手植木女性生産者を対象とした。これは、若手で生産に特化した経営体とすることで、若手生産者が多数おり、生産力（生産量）と将来性のある産地であること等をアピールしながら、生産物の特徴を詳細に説明することで実需者に効果的に売り込むためである。
- (2) 各グループに「植木生産の現状と課題」を提示し、各グループで今後の植木経営について議論してもらった。その結果、販売先を見据えた計画的な生産販売への取組の重要性が植木経営の維持・発展に不可欠であり、第1回目として大手緑化卸売会社との情報交換会を開催することで合意された。
- (3) 研修会の主催は、自立した生産者グループ育成を図るため生産者グループとした。

研修会の内容は、各グループ代表が効果的で持続的な研修会を念頭にグループ員の意見を取りまとめ緑化卸売会社、農業事務所の3者で協議を重ねた。

#### 4 普及(調査)活動で得られた成果

(1) GAM と Labo の2つの研究会組織を中心に、若手女性植木生産者も参画し、生産者(23名)、大手緑化卸売会社の全国の営業所長はじめ営業マン(8名)を講師に招き「千葉県植木販売拡大研修会」が開催された(11月21日)。なお、福岡県の若手生産者3名が千葉県のこの先駆的な取組に共感し、地元の植木産地活性化に活かしたいと参加した。

研修会の第1部は卸売会社より「今後のマンションや住宅の緑化需要動向や大手ゼネコン等への緑化材料の売り込み事例の紹介等」、第2部は生産者から自社生産物のPR、第3部は当農業事務所がコーディネーター努め、卸売会社と生産者で意見交換を行ったことで、意見集約と今後の連携に向けた方向性が明確になり、次に繋がる研修会となった。なお、研修会の講評は農林総研花植木研究室長に依頼した。また、翌日には生産現場現察を行ったことで取引に向けた商談ができた。

(2) 大手緑化卸売会社からは、「千葉の植木産地のバラエティのある生産と積極的に売り込もうとする気迫に将来性を感じた。ぜひ、このような企画を継続してもらい、取引もしていきたい。今後、当社が大手ゼネコンや造園会社に営業訪問する際には、ぜひ同席してほしい」といった感想が寄せられた。この機会を活用して大手取引先の設計者やデザイナーに連携して千葉県の植木を提案していくことで合意された。

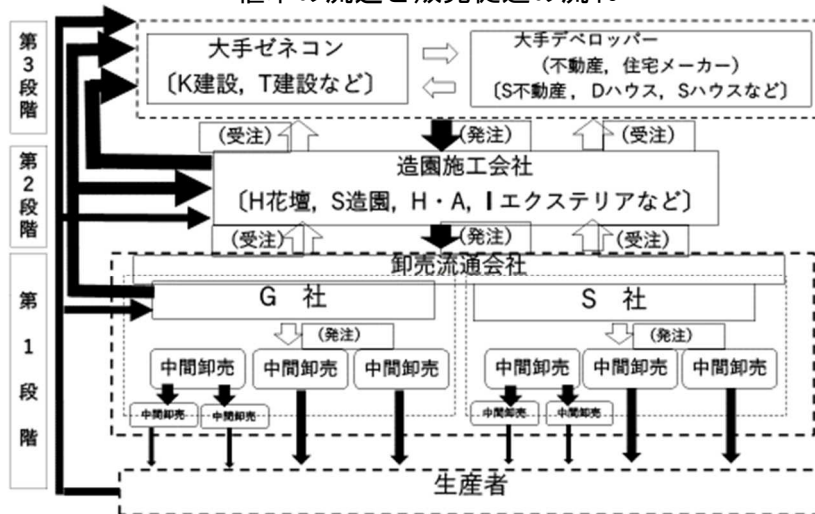
一方、生産者からは「これまで得られなかった企業情報が得られた。これまで取引がなかった取引先と話しができたことで生産計画に役立ち先に見える経営ができそうだ。」等の感想があった。

#### 5 問題点と今後の展開方向

近年の緑化ニーズの多様化に伴い、ニーズに的確に応えることが求められている。また、生産者がどのようなものを生産しているかは設計者やデザイナーにあまり知られていない。そこで、生産者が自らの生産物について設計者やデザイナーに対して売

り込みを仕掛ける場を設ける(植木流通略図の第2段階)。また、今回の第1段階の取組を継続的に行うことと対象者を増やすことで、匝瑳市を中心とする千葉県の植木の魅力増大を図るとともに首都圏に近い物流面での利点を生かした生産販売への取組を行っていく。

植木の流通と販売促進の流れ



(匝瑳グループ 普及技術員 吉田 康平)