

② 流通価格（販売単価）の二極化

日本の百合球根の輸入量は減少傾向の中、年間1億球を下回っており、一般に市場に影響力があるとされる10%以上のシェアを持つ輸入会社は、数件となっています。輸出会社とは異なり、製造・加工は伴いませんが、取扱量が減少すると、輸入や貯蔵コスト等が相対的に上昇します。近年、国内に流通する球根の販売単価は昔のように横並びではなく、特にここ数年で価格差が大きくなっていると感じます。

（南半球で起きた事が、様々な面でオランダ産にも波及しております。）
オランダの輸出会社も、皆様にお届けする球根の効率的な物流を維持するため、販売先を選ぶ時代になり（買える会社と買えない会社が出てくる事を理解した上で）、集約化がより加速したとも感じます。

経済環境や自社の立ち位置から、経営及び営業方針は二極化が進むと思います。例えば、毎年取扱いを減少させていく場合、卸から小売や6次産業化へ転換し、単価を上げて利益（経費）確保を選択することもあるでしょうし、逆に取引が安定（増加）していれば、コスト上昇は比較的抑えられるため、園芸資材としての球根価値（需要）を維持できるよう努力を続けるのも考え方です。

今年は、社会全体が値上げムードを受けていますから、球根に限らず、ご注文の際には、単価と請求されるコストを確認した上での判断が大事になります。

情報が不十分な段階で「球根がない」と煽られ、「単価は合わせます」など、単価未定で進めたために、後に想定外の高額な請求をされることのないよう、ご注意ください。

（これを機に、日本の球根流通のあり方を皆様に選択していただきたく存じます）

③ 売上を伸ばすための選択

百合に限らず園芸全般に言えることですが、コストを見直した後は、売上アップを考える必要があります。売り先、売り方、品質、信用など、販売先との良好な関係が基本となりますが、百合の場合、高単価帯の品種選択も一つです。仮に年間10万本の生産の場合、1割に当たる1万本の単価が100円高くなれば、10万本の平均単価が10円高くなります。オリエントでそれが狙えとすれば、高品質な八重になるかもしれません。

八重は品種開発と球根生産が進んできており、現在弊社で栽培展示している79品種は、オリエント・OT 322品種中、約25%となっています。一方、同じオリエントでも可憐なサロニキと豪華なプレミアムブロードがあるように、ボリュームや花のサイズは品種により倍半分の差があり、想定される価格帯も差があります。販売環境や、生産規模、気象条件などに合わせて使い分け、コスト上昇分の売上アップを皆様と共に考えていきたいと存じます。

④ 『6月のゆりの展示会』が始まります！！【2022年6月16日（木）～18日（土）】

3年ぶりに試験農場にて開催することとなり、当時とはずいぶん品種が変わっております。写真ではわかりにくい八重の花の美しさや、木姿と花サイズのバランスなど、実物をご覧ください、品種の価値観、皆様の経営のご参考になれば幸いです。

来週なら行けそうになったという方、ぜひお申込ください。“まだ間に合います！”
皆様のご来場を社員一同 心よりお待ちしております。 以上