

カーボンフットプリント製品の販売事例

- 花きについて
- お客様満足度を上げるには、今何が必要か？

2010年9月27日

MPSジャパン株式会社

Contents

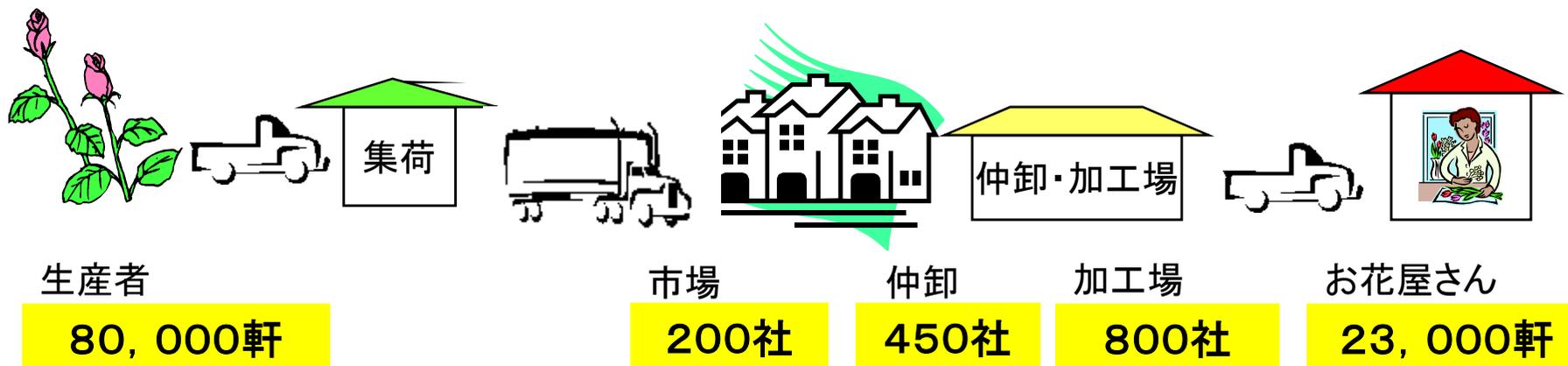


- 1. 花き産業の現状**
- 2. これからは日持ち保証販売**
- 3. MPSとは？**
- 4. カーボンフットプリントの表示**
- 5. 花をもっと売るには - お花のブランド化とは**

1. 花き産業の現状

日本の花き業界の特徴

日本の花き業界は、生産者、流通業者が小規模であり、生産からお花屋さんまで情報が伝わり難い。



* 多くは、共選共販の部会を形成

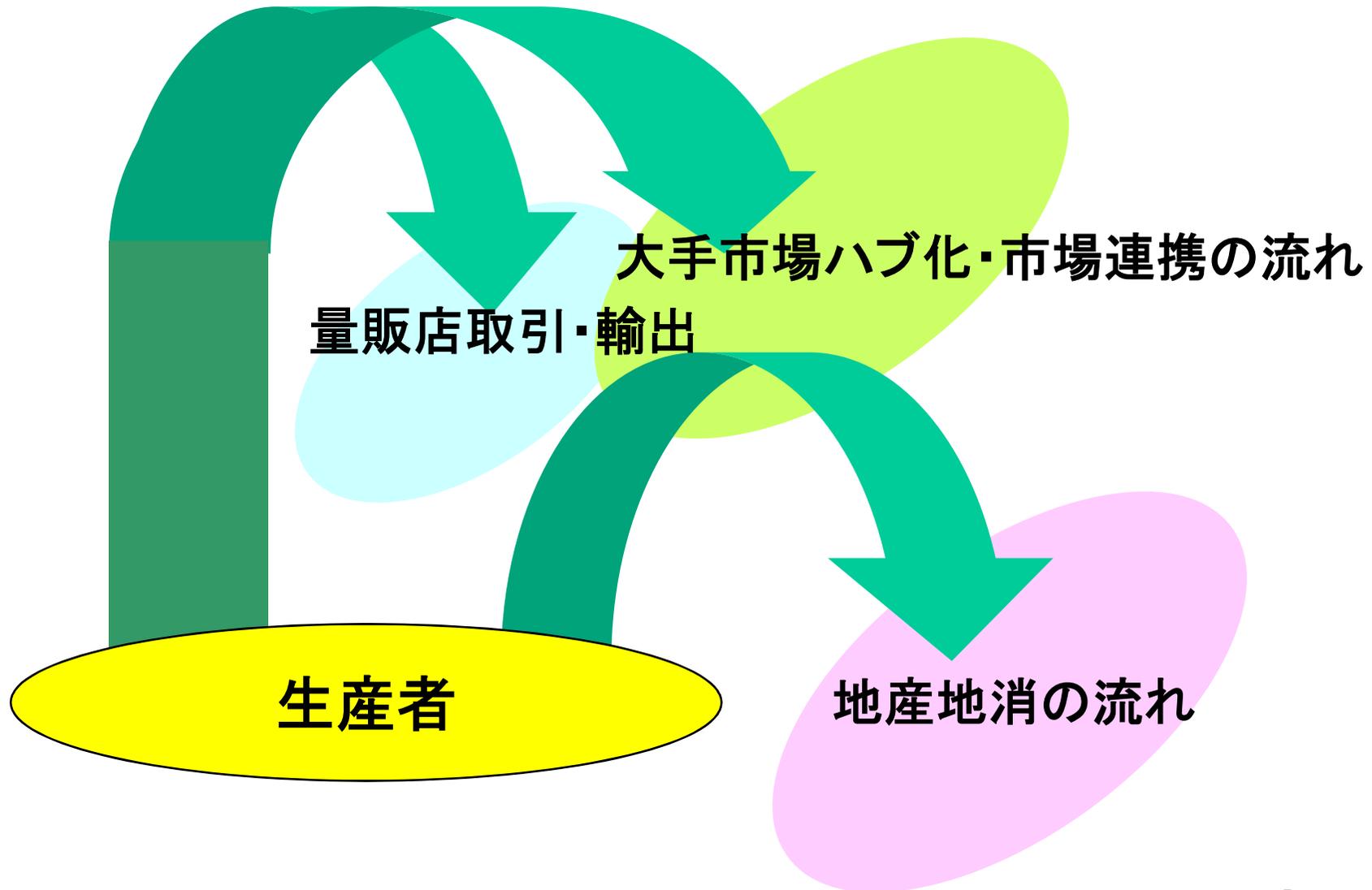
市場法改正

- * 「品質管理」
- * 「商物分離の自由化」
- * 「手数料の自由化」
- * 「買取の自由化」

- ◆ 安心安全
- ◆ 高品質 (品種＋鮮度)
- ◆ 楽しさ
- ◆ 値ごろ

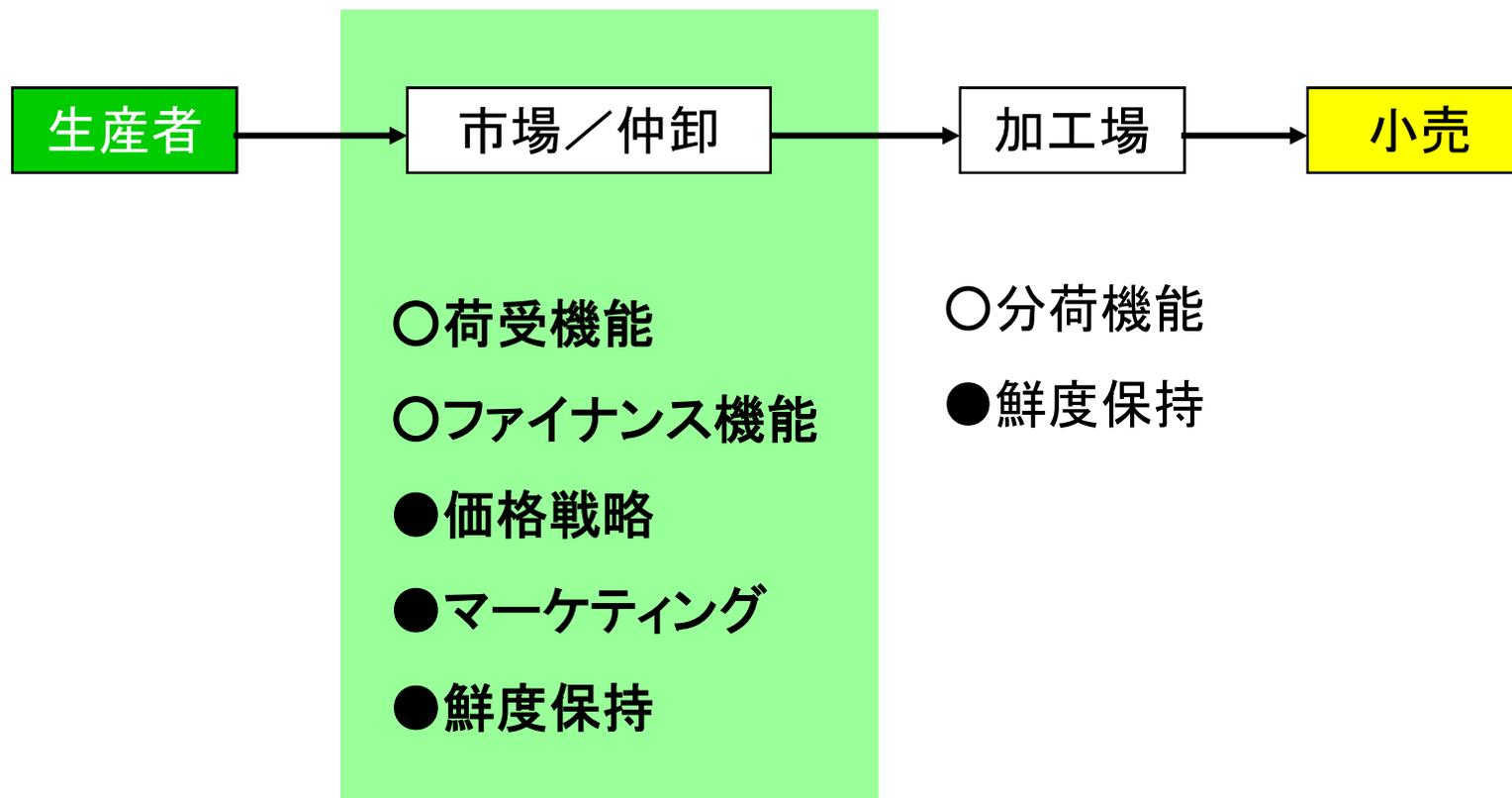
大手市場集中化と地産地消の流れ 2極化！

MPS
Sustainable Quality



流通の機能

市場、仲卸で価格戦略やマーケティング機能を！



日本の花きの消費はもっと伸びるはず！

日本は豊かな国なのに、お花を買わない！なぜ？

◆日本の花き消費額 1.2兆円

—ほとんど変化ない。オランダでは10年で2倍、アメリカでも1.5倍に伸びている！

◆消費の特徴 個人用：業務用 = 3 : 7

—ヨーロッパでは、個人用が70%！

◆全く花を買わない人が6割いる！

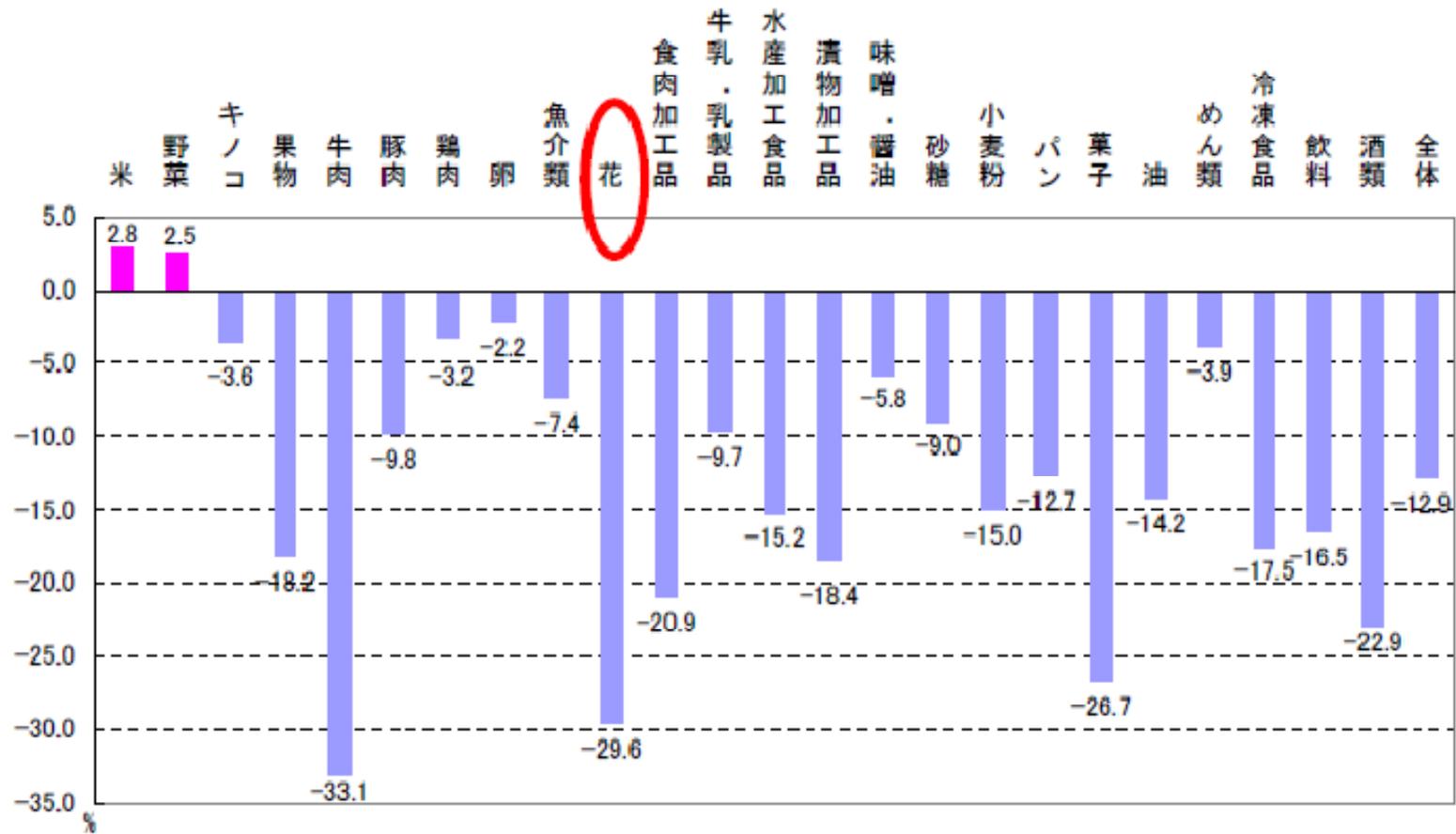
—1ヶ月に10世帯中4世帯しか花の購買がない。
(日本花普及センター「フラワーハンドブック2007/2008」)
—各アンケート調査でも10人中4人しか花を買わない。

◆仮説

=消費は増える！

- もっと個人で楽しんだら！
- 一人でも多く花を買ったら！

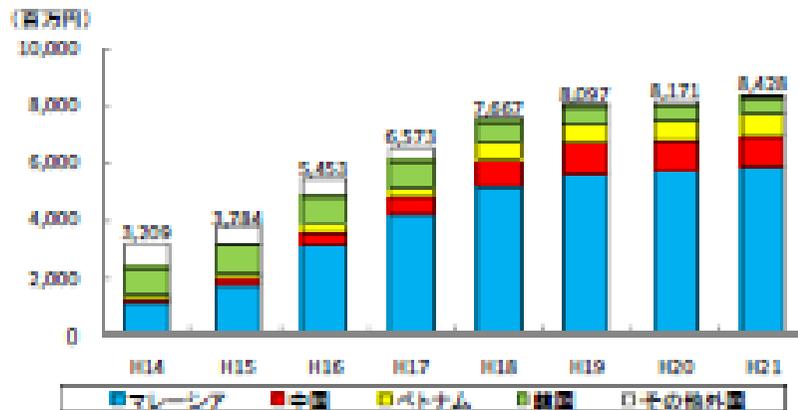
世界同時不況以降の購入の変化



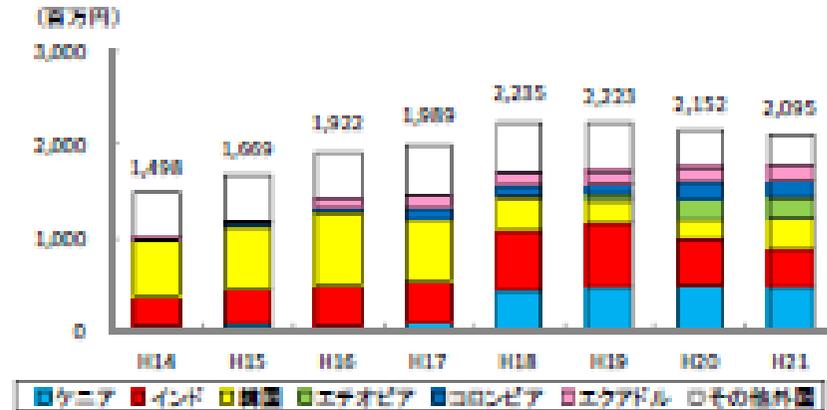
日本政策金融公庫平成21年度調査資料から

切花の輸入量の増大！

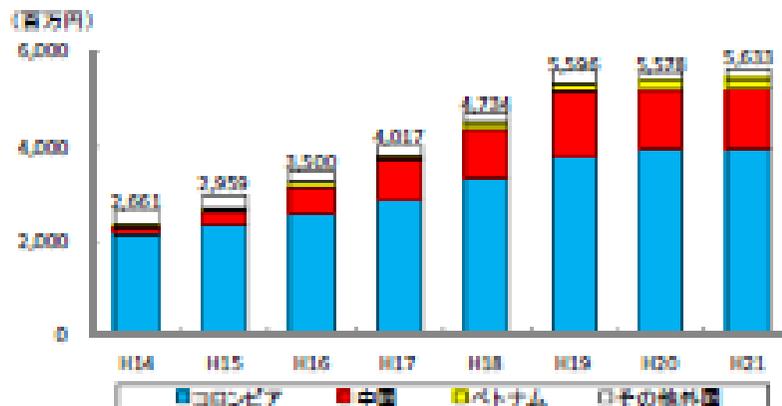
○キク(切り花)の国別輸入金額の推移



○バラ(切り花)の国別輸入金額の推移

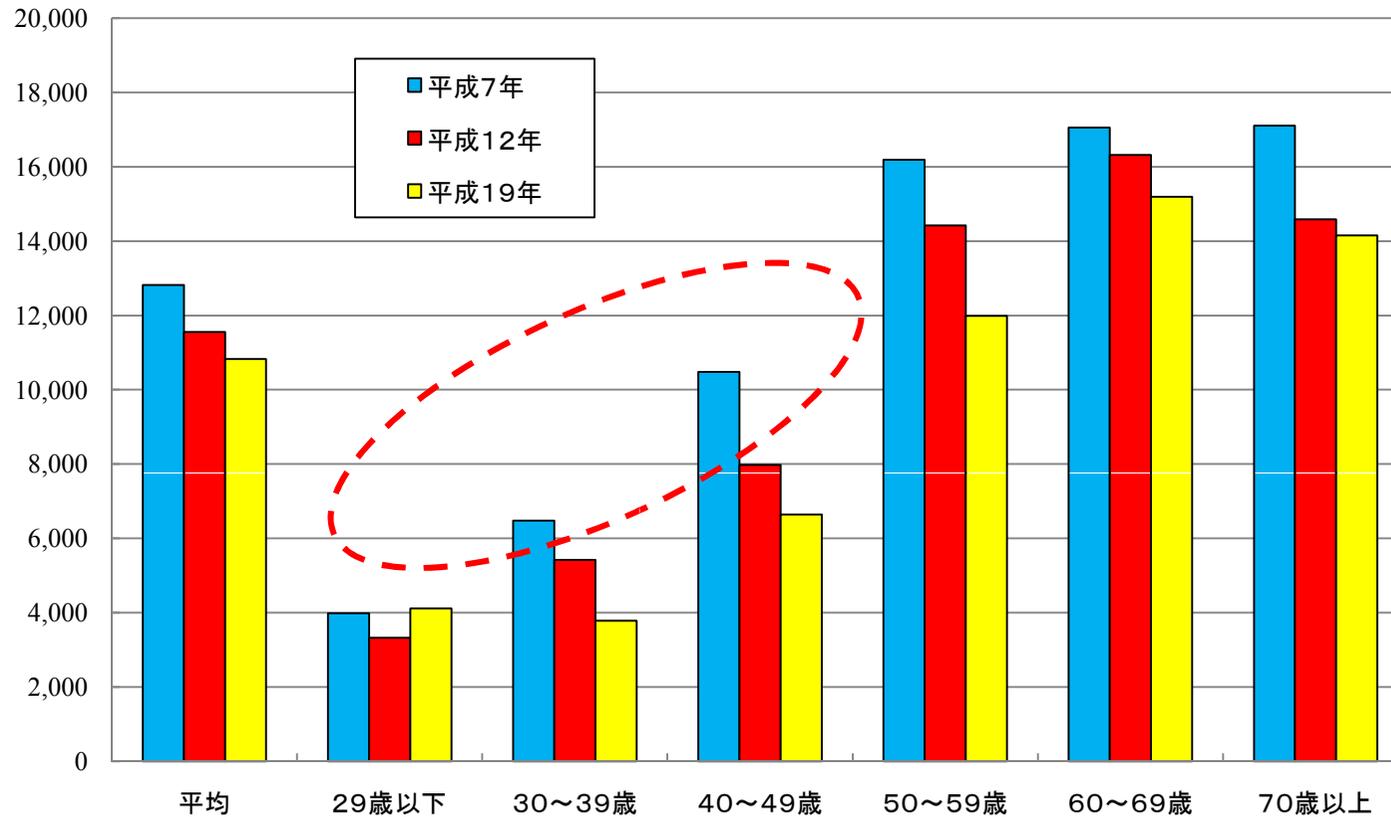


○カーネーション(切り花)の国別輸入金額の推移



カーネーションは輸入比率が40%を超えて、輸入の70%はコロンビアからとなっている。キク、バラも30%が輸入で、マレーシアの Spreemum は品質が評価され、国産より価格も高くなっている。

世帯主年齢別の世帯当たり年間花き(切花)購入金額



資料:総務省統計局「家計調査年報」

注:平成7年の統計は、5歳間隔の数値(金額)であるため、各年代の金額は平均金額を用いた

(例)29歳以下は24歳以下と25~29歳の平均金額

30~39歳は30~34歳と35~39歳の平均金額

また、60~69歳は60~64歳の金額、70歳以上は65歳以上の金額をそれぞれ用いた

花き産業振興方針

—お客様の視点 品質管理の徹底 消費拡大に向けて業界が一つに

花き消費低迷

- * 花の購入
10世帯中4世帯のみ
- * 花購入の世代
50代から70代
若い人は花を買わない
- * 花購入の目的
個人用は30%
- * 花の良さを知らない

花はもっと売れるはず！

基盤整備

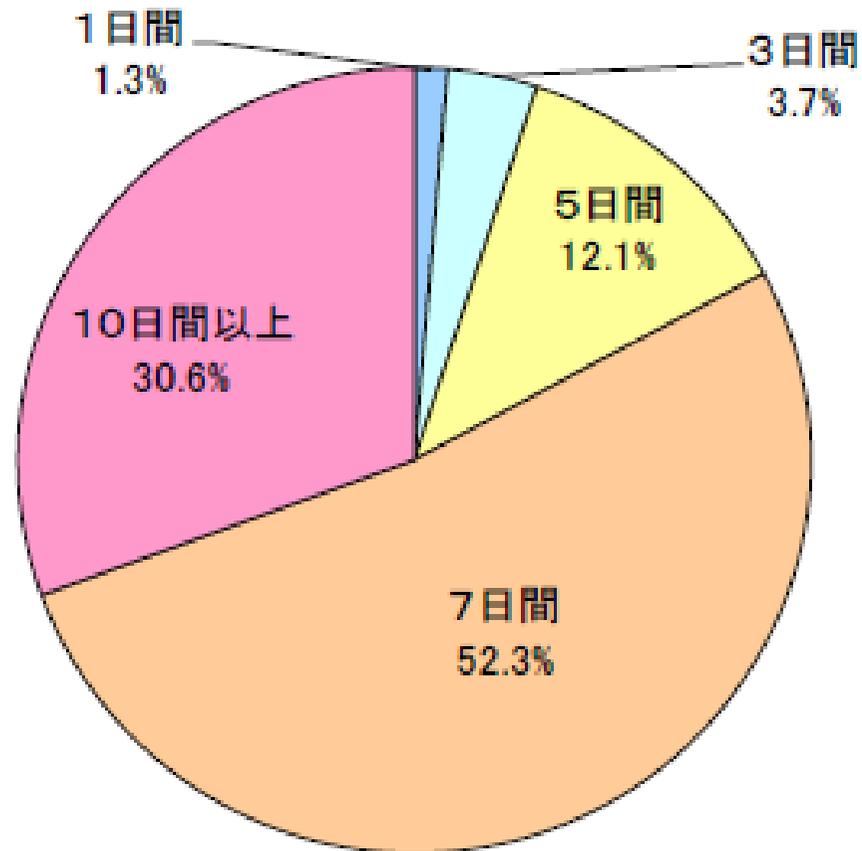
- * 品質管理・生産管理
採花日表示
短茎多収栽培
- * 流通整備
コールドチェーンの整備
取引日増加
産直の推進
トレーサビリティ確保
予約相対活用
- * 品種開発
日本向育種、表現の場
- * 省資源型農業
コスト削減
- * 環境配慮
MPS推進
- * 情報共有化
業界の連携
消費者ニーズの把握
- * 人材育成

消費拡大策実行

- * 商品力向上
消費者ニーズを反映
花持ちの向上
(鮮度保証販売)
- * マーケティング
若い世代をターゲット
付加価値訴求
(日本産、環境配慮)
他業種とのコラボ
- * ライフスタイル提案
花のある生活
花の効用の啓蒙
- * 花育の推進

2. これからは日持ち保証販売！

花の観賞期間 何日なら満足か？



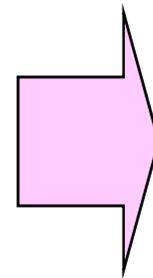
2009年7月MPSジャパン調査

日持ち表示で差別化！

MPSのお花は、市場、仲卸も取組むことで、切花も鉢物もトレーサビリティが明確になっています。何時切り出されて出荷されたかの履歴が明確になっていることから、お客様に日持ち保証販売も可能となります。

トレーサビリティ

日持ち試験結果

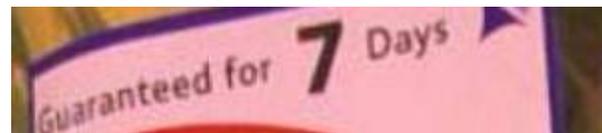


日持ち保証販売可能

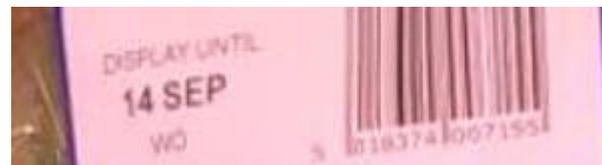
イギリスの例

例えば

展示期間	10月10日
保証期間	10月15日



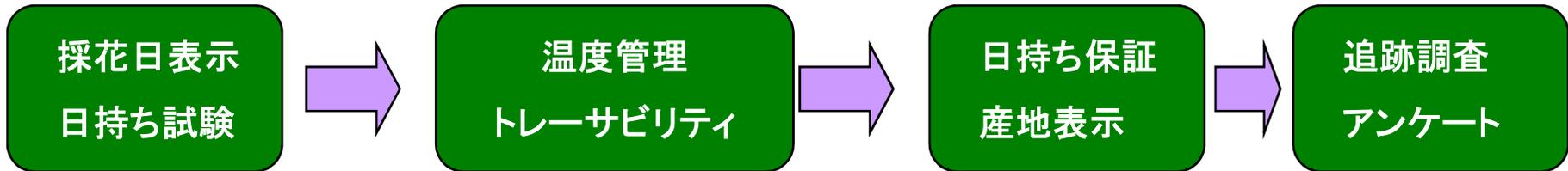
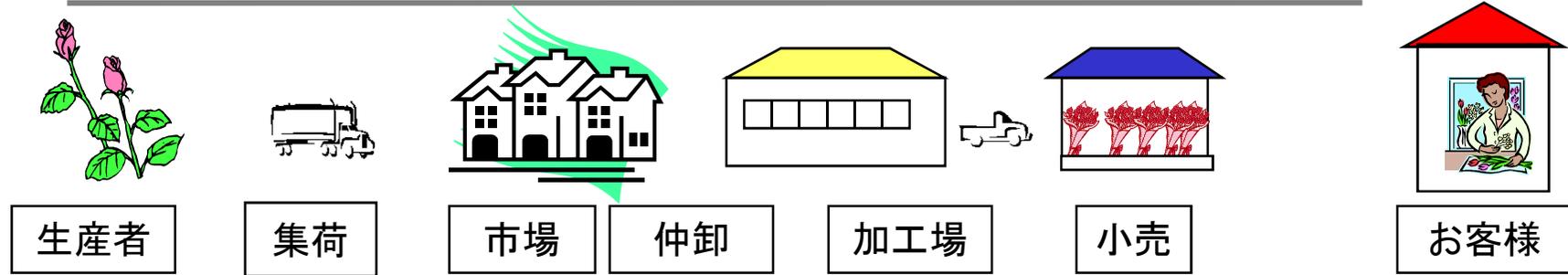
保証期間



展示期間



日持ち保証販売実証事業 活動計画概要



鮮度保持剤使用・温度経過チェック・鮮度保持チェックリスト(生産者用、流通用、小売用)

- | | | | | |
|---|---|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ●生産者作業標準 * 前処理剤の使用 * 衛生管理 (バケツ洗浄、水換えなど) * 保管温度 | <ul style="list-style-type: none"> ●輸送標準 * 温度管理 * 湿式 * 乾式 | <ul style="list-style-type: none"> ●保管基準 * 温度管理 * トレーサビリティ | <ul style="list-style-type: none"> ●店頭管理基準 * 温度管理 * 商品管理 (水揚げ、水質チェック) * お客様告知 (看板、パンフレット) * 日持ち保証タグ | <ul style="list-style-type: none"> ●お客様取扱い基準 * 温度センサー * 写真で記録 (使い捨てカメラ配布) * お客様満足度調査 * 取扱いパンフレット (お客様向け啓蒙書) |
|---|---|---|--|--|

マニュアルにまとめ

- 日持ち試験(日本花普及センター標準による)
 - * 温度:25℃ 湿度:60% 照度:12H/12H
 - * 品種・ロット毎 * 認定試験所
- 日持ち試験データの活用のルール化
- 条件付日持ち試験
 - * 原則は25℃。例えば、店頭の要請で15℃など。

- 日持ち保証販売 啓蒙 -IFEXで店頭を再現
 - * 日持ち保証販売の店頭を再現 支えているものを表現
花:生産者 保持剤:メーカー バケツ:ELF他
コールドチェーン:運輸会社 市場/仲卸/加工:MPS
 - * IFEX付帯セミナー(中間発表・問題点・啓蒙)

日持ち保証販売とは？

お客様には、
お客様満足度をあげる！

自分たちには、
採花から店頭までの各段階の問題点を明らかにする！

花き業界にとっては、
日持ち、栽培、気温、湿度などの
関係データ蓄積ができる！

3. MPSとは？

環境への関心 ヨーロッパでは？

鮮度表示は当たり前、航空機利用の履歴を消費者に表示！



輸出の要件 相手国に合わせた認証取得

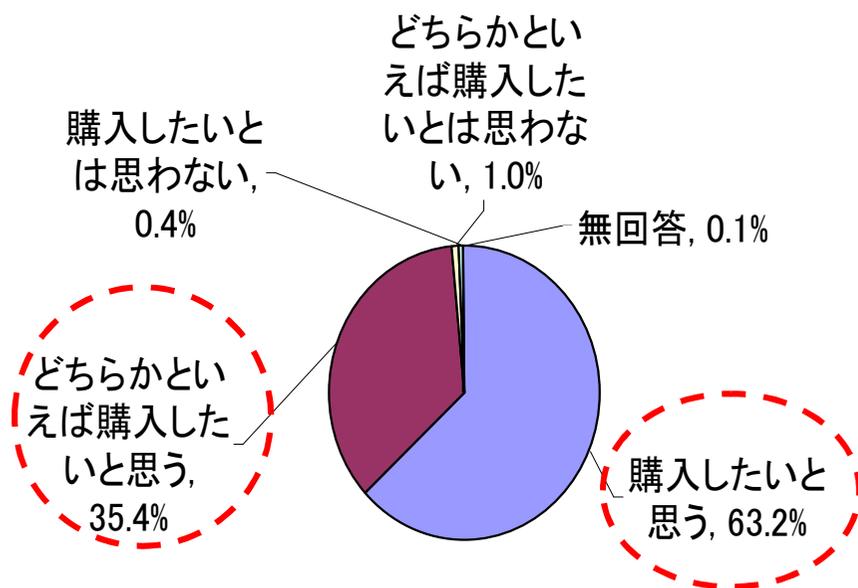
輸出する生産者は、輸出国の要求に応じた環境認証を取得している。



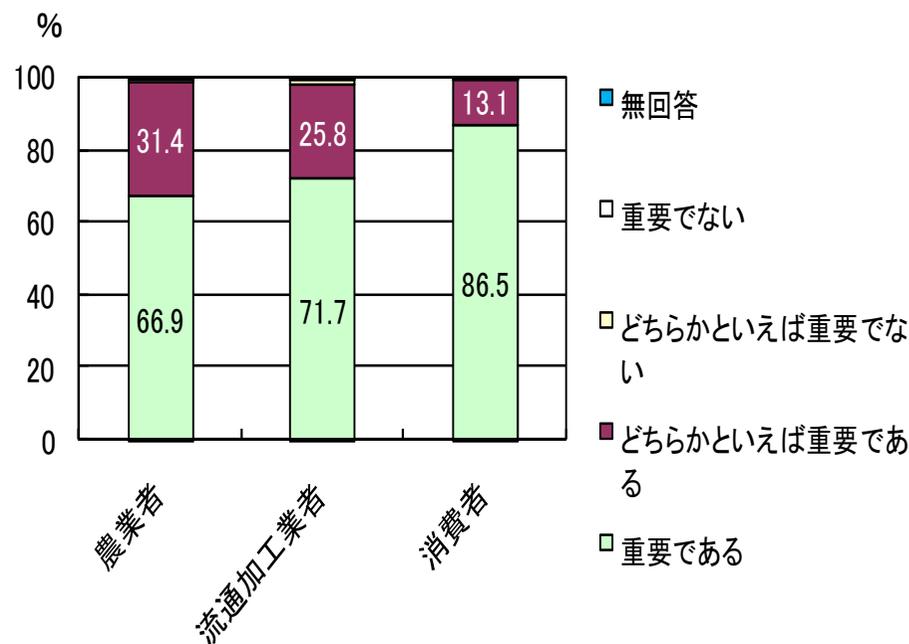
環境に配慮した農産物への消費者の意識

- 環境に配慮した農産物を購入したい消費者は、約99%。
- 環境保全型農業(注)は重要であるとほとんどの農業者、流通加工業者、消費者が考えている。

○環境に配慮した農産物の購入に関する消費者の意向



○環境保全型農業に関する農業者、流通加工業者及び消費者の意識



資料: 農林水産省「平成17年度農林水産情報交流ネットワーク事業全国アンケート調査 農産物の生産における環境保全に関する意識・意向調査」

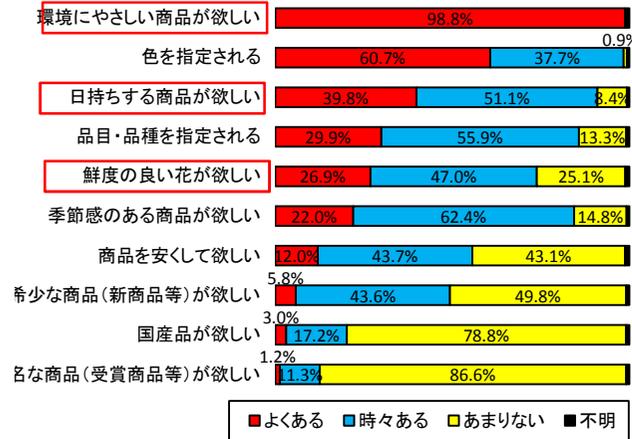
注) 環境保全型農業: 農業の持つ物質循環を活かし、生産性との調和などに留意しつつ土づくり等を通じて、化学肥料、農薬の使用等による環境負荷の軽減、さらには農業が有する環境保全機能の向上に配慮した持続的な農業をいう。

消費者からの要望等 環境に優しい商品



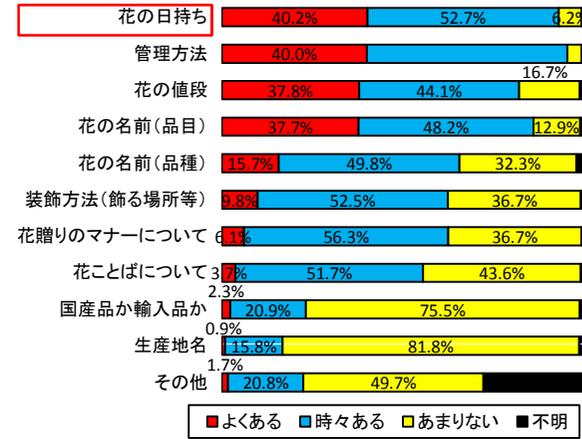
消費者から「環境にやさしい商品」を求められることが「よくある」と回答した小売店が約99%と非常に多い。

○消費者からの意見・要望



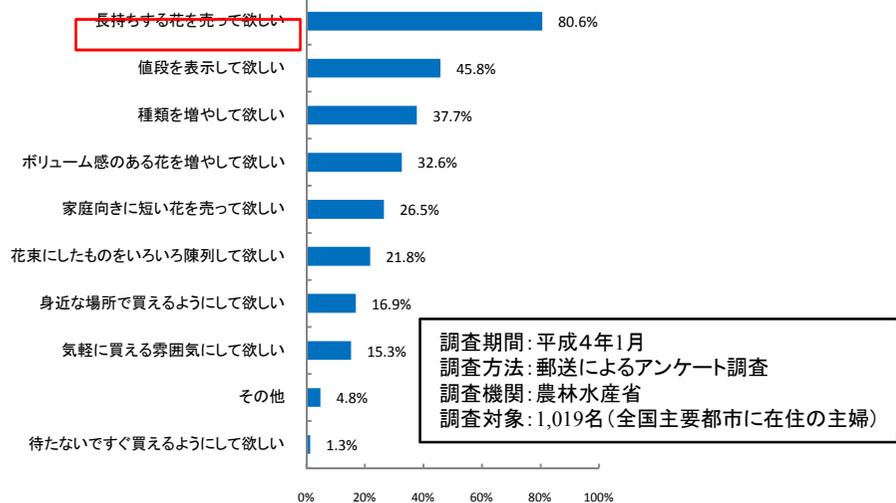
調査期間：平成21年5月18日
～
平成21年6月19日
調査方法：アンケート調査
調査機関：(社)日本生花通信配達協会
調査対象：886名(花キューピット
協同組合関係者)

○消費者からの質問事項



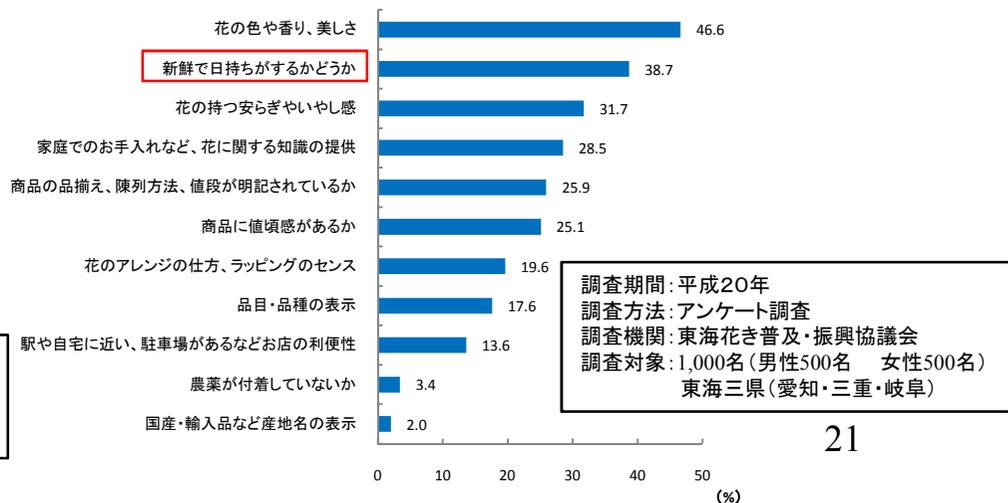
調査期間：平成21年5月18日
～
平成21年6月19日
調査方法：アンケート調査
調査機関：(社)日本生花通信配達協会
調査対象：886名(花キューピット
協同組合関係者)

○今後花を購入する際の条件(3つ以内回答)



調査期間：平成4年1月
調査方法：郵送によるアンケート調査
調査機関：農林水産省
調査対象：1,019名(全国主要都市に在住の主婦)

○花を購入する場合に必要なこと、求めるもの(3つ以内)

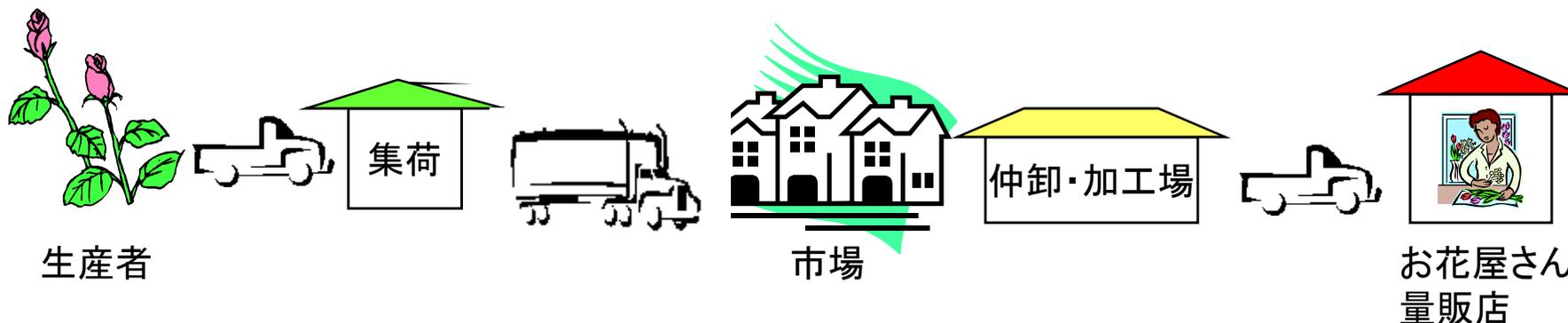


調査期間：平成20年
調査方法：アンケート調査
調査機関：東海花き普及・振興協議会
調査対象：1,000名(男性500名 女性500名)
東海三県(愛知・三重・岐阜)

MPS 花き産業総合認証



MPS:花き産業総合認証プログラムは、生産者向けのMPS－Florimark Production、花き市場向けのMPS－Florimark Auction、流通業者向け(卸、加工業者)のMPS－Florimark Trade とがある。



MPS－ABC

農薬・肥料・エネルギー・廃棄物分別

MPS－Q

鮮度管理・品質管理

MPS－SQ

雇用・労働条件管理

MPS－GAP

法令順守・安全対策基準

Florimark－Trace Cert

鮮度・入荷時チェック・貯蔵・在庫管理・配送・販売チャネルでの品質チェック・トレーサビリティ

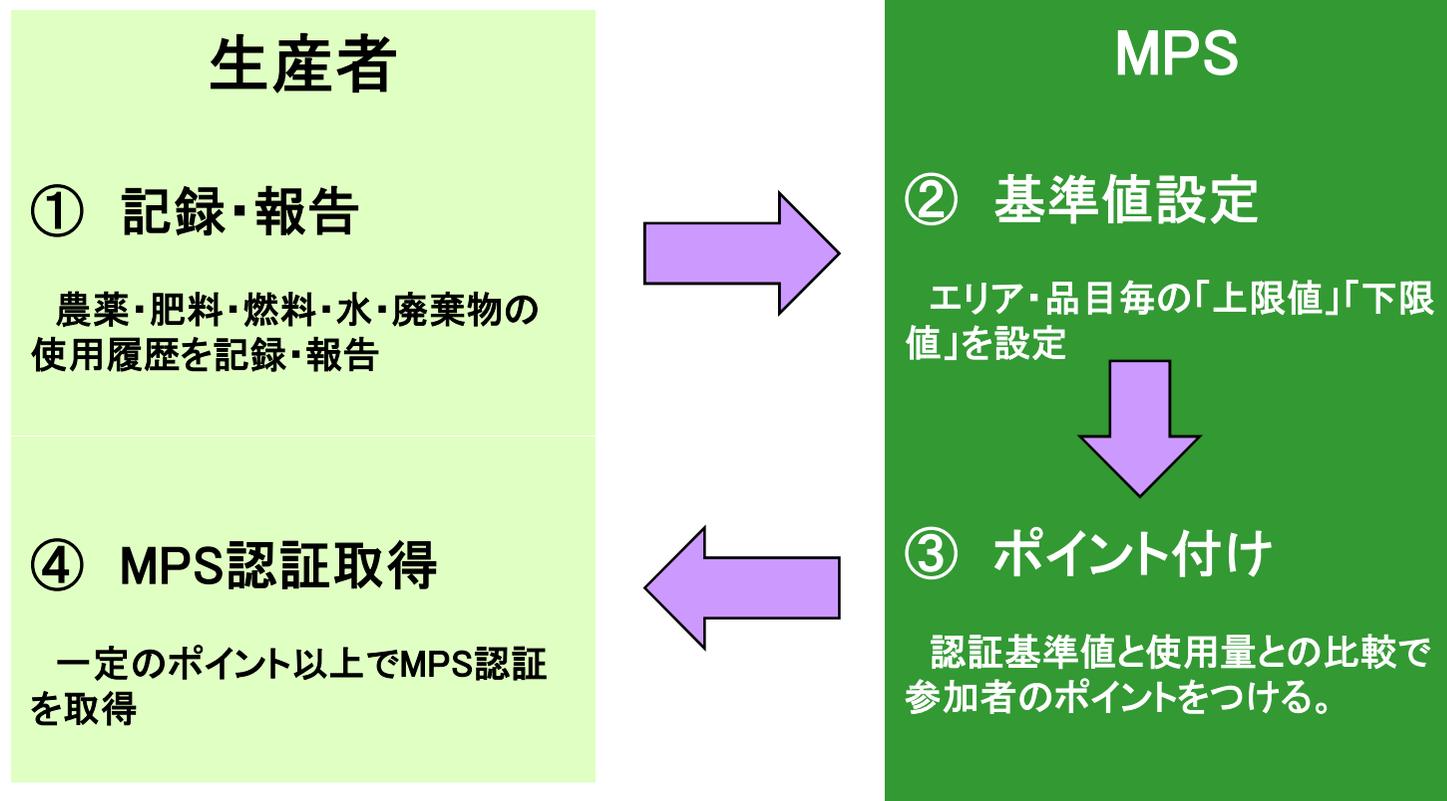
MPS－GPA Florimark－GTP

販売チャネルでのトレーサビリティ・品質規定・配送、輸送管理・販売チャネルの協力体制と情報交換・クレーム対応・品質と環境に関する方針・従業員の安全、衛生、教育に関する方針

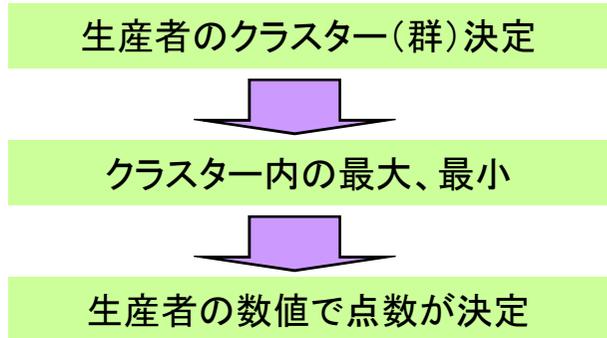
ISO9001 (2000年度版)

経営、品質管理システム改善・文書化、記録、保存・内部のコミュニケーション

MPS-ABC の仕組み



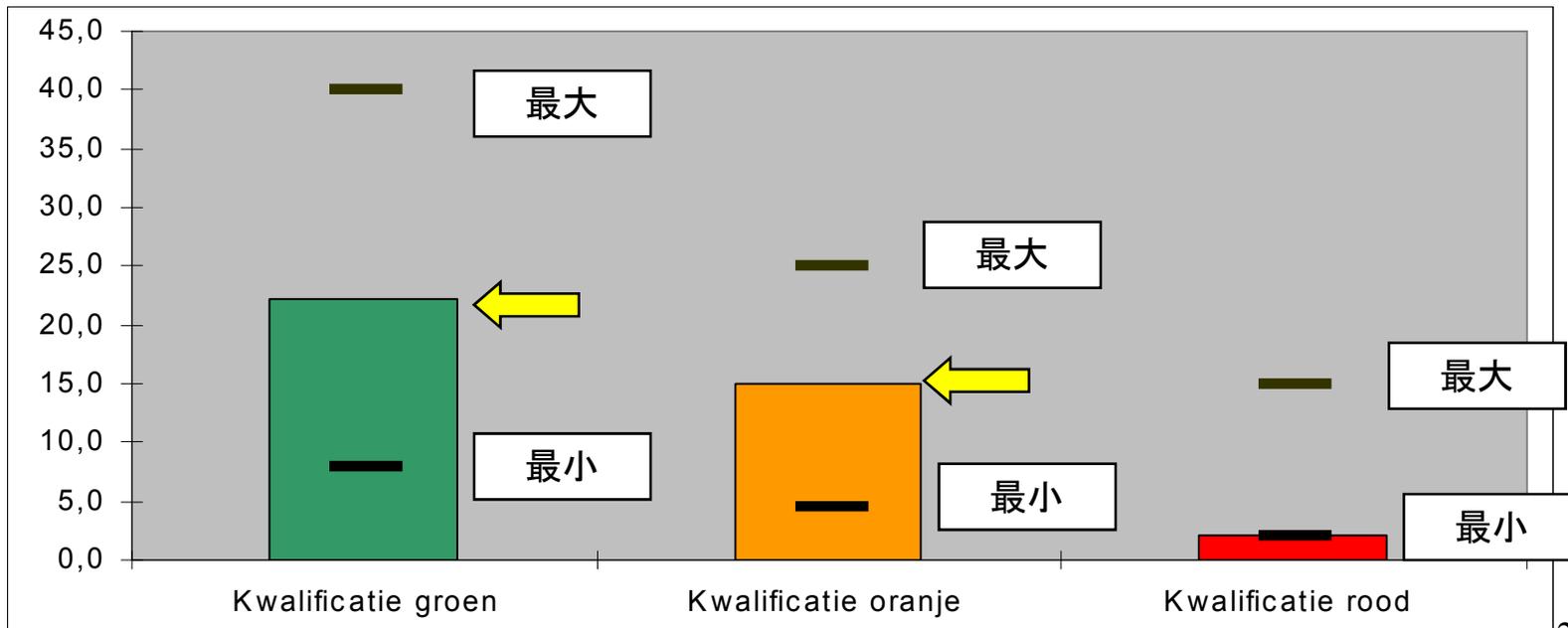
MPS-ABCの認証の仕組み 例: 農薬



クラスター内での赤色、黄色、緑色の農薬の最大値、最小値が決まる。その生産者の数値がそれぞれの中でどこに位置するかで点数が決定される。従って、評価は、どこまでも相対評価。

また、認証は、過去52週(1年)で評価され、3期毎(約3ヶ月)に更新される。

なお、禁止農薬の使用は許されない。



MPSとは？

☆生産者さんは、何をするのか？

毎月3枚のシートに記帳してもらいます！

* 記帳：農薬、肥料、エネルギー（電力、重油など）記録

☆生産者さんは、何を受け取るか？

認証データを3ヶ月ごとに受け取ります！

☆花き業界にとっては？

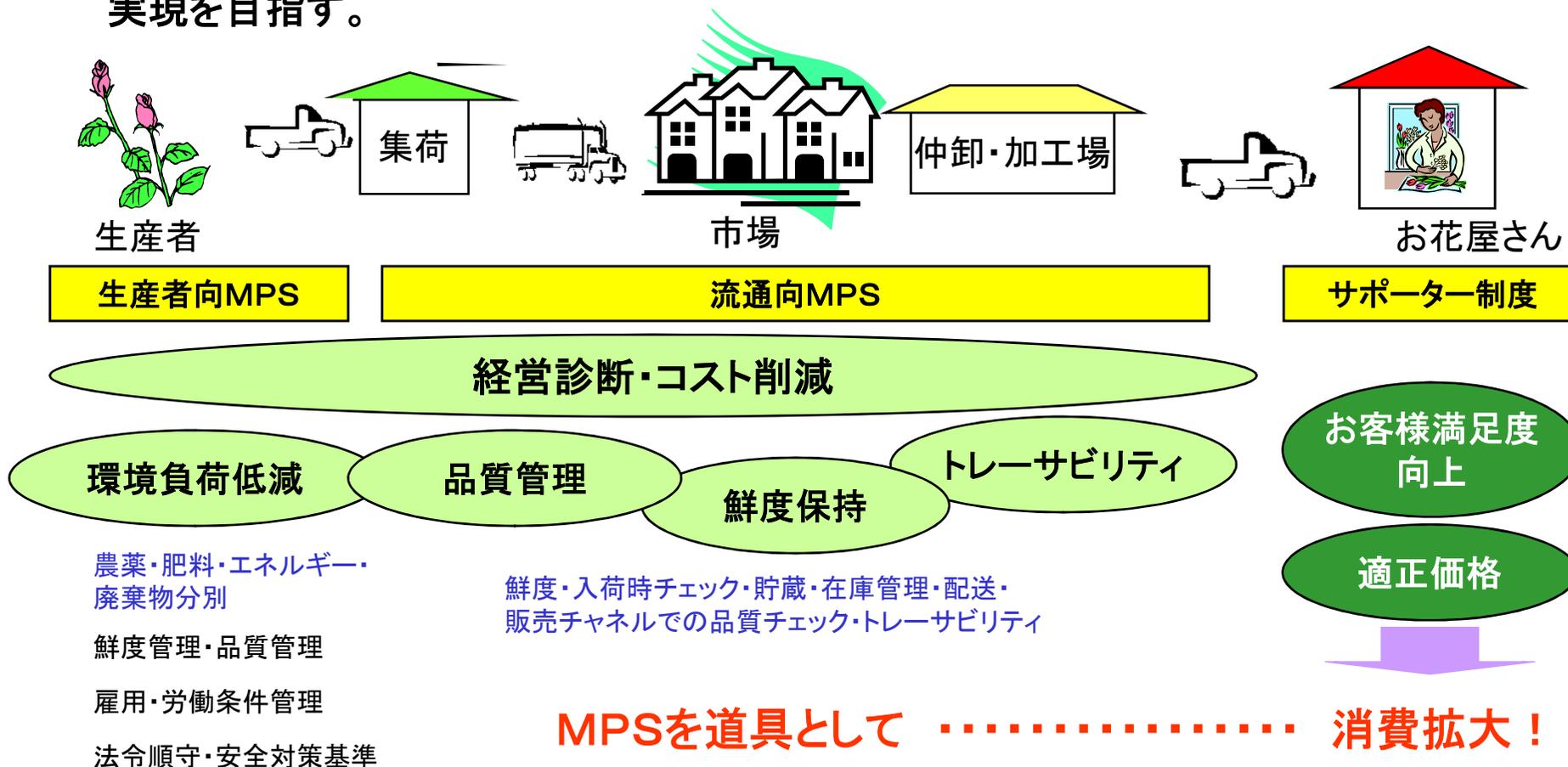
日持ち、栽培、気温、湿度などの

関係データ蓄積ができる！

MPSをどう活用するか？

MPSに生産者、流通が参加すると...

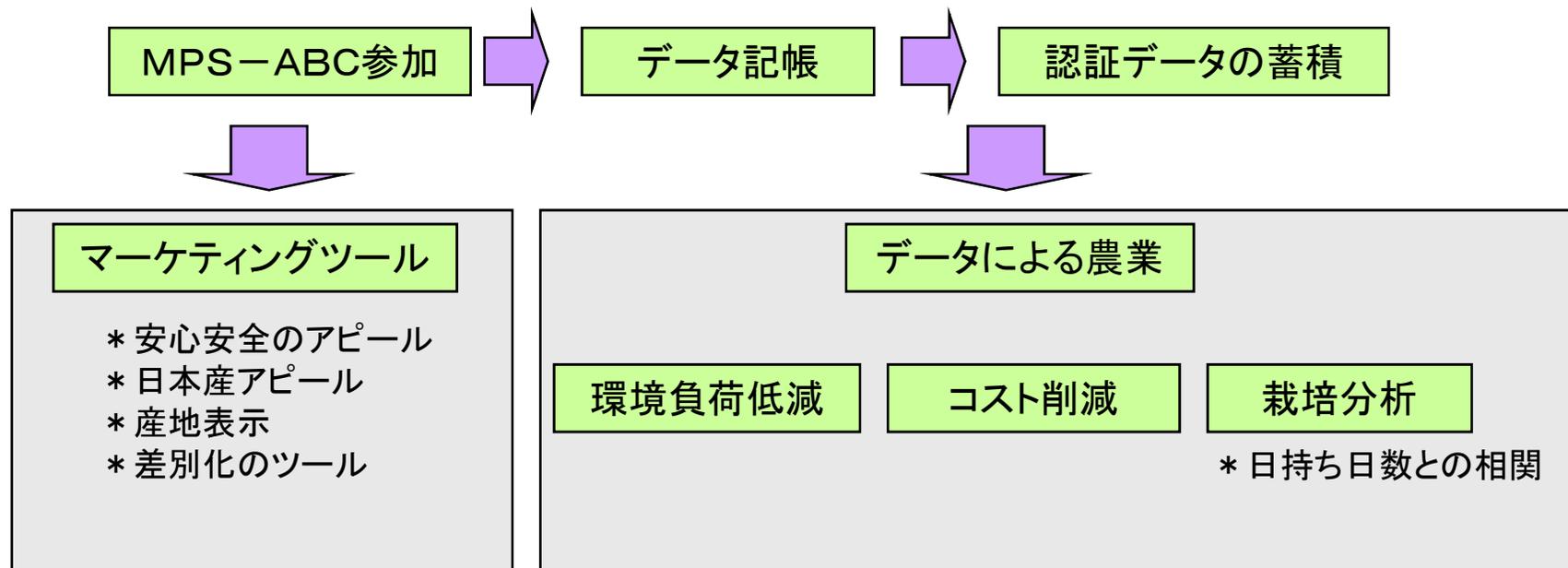
生産者、流通業者がMPSに参加することで、MPSをツール(道具)として経営改善を計る。更には、生産から流通までトレーサビリティが確保でき、品質向上を目指すことでお客様満足度を上げて、消費拡大、適正価格の実現を目指す。



生産者にとってのMPS-ABCとは？

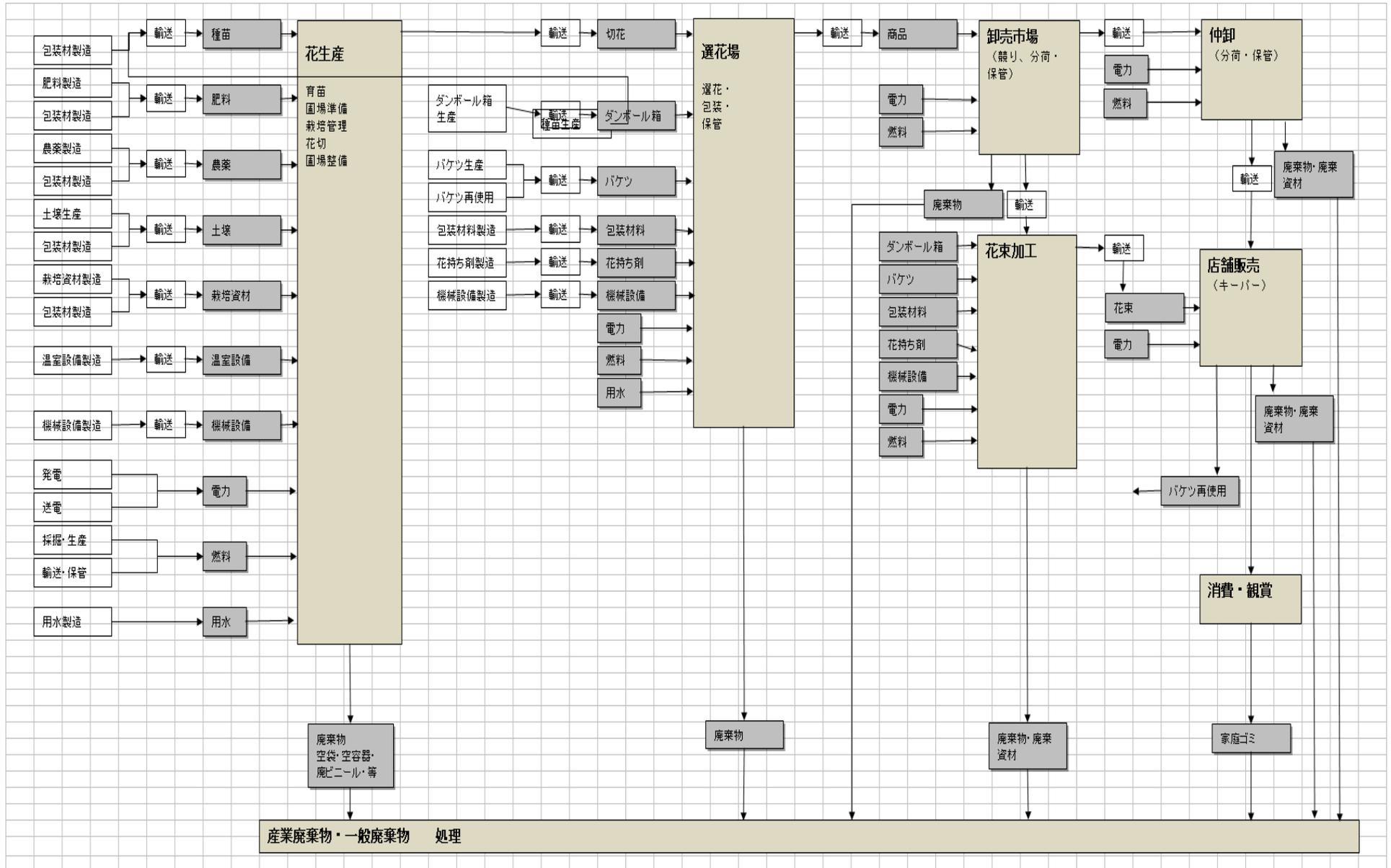
生産者にとってのMPS-ABCは、毎月記帳する農薬、肥料、エネルギーなどのデータを活用することによって、自らの農業を見直し、結果として各使用量を削減して、環境負荷を下げると共にコスト削減を実現する。

また、データは、国際認証機関が担保したもので、カーボンフットプリントのPCR(CO2排出量算出式)の基礎データとして使える。なお、データを蓄積することによって、日持ちとの関係など分析にも有効で、日本の農業を定性的なものから定量的なものに変えていくツールとなり得る。



4. カーボン・フット・プリントの表示

花きのライフサイクルフローシート

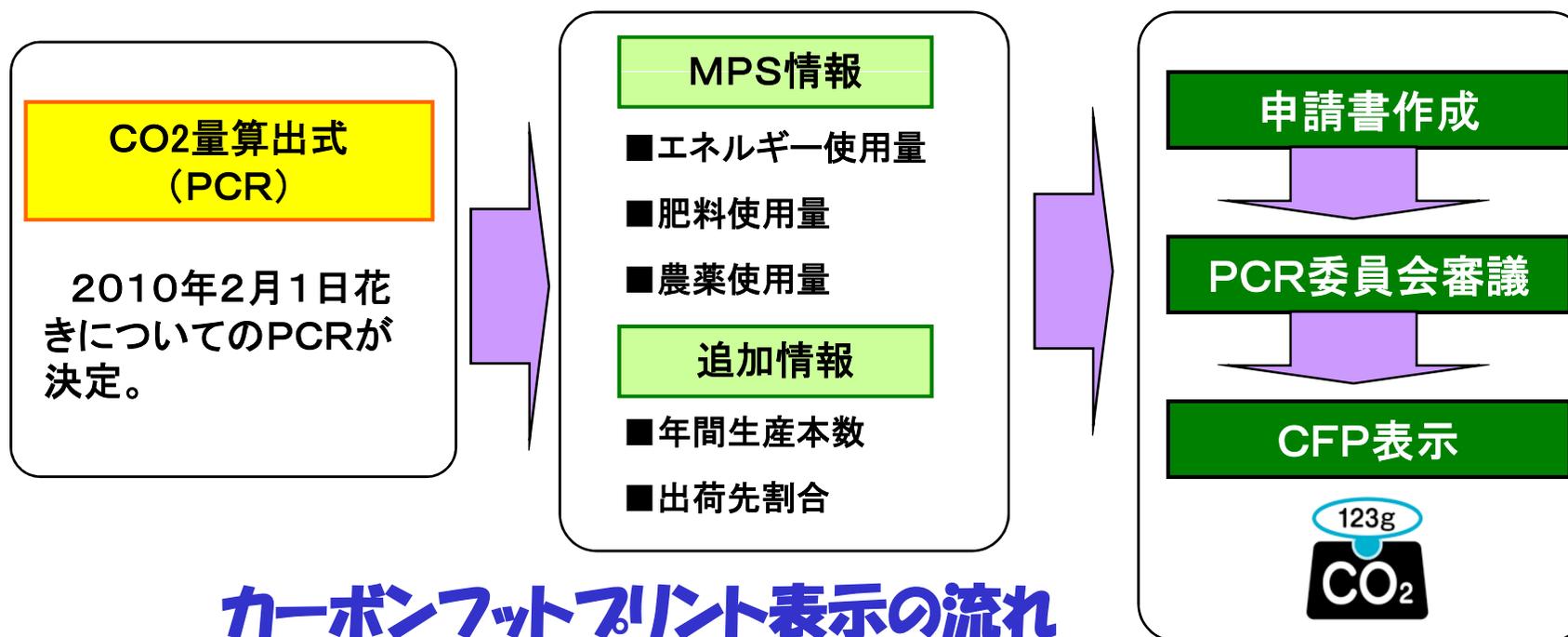


カーボン・フット・プリント CO2排出量表示

カーボンフットプリント(CFP)は、温室効果ガスの排出量をCO2に換算して当該商品に表示するもので、事業者は、CO2削減の指標とし、消費者へは、低炭素な生活への変革を促すことを目的としている。これを「見える化」と言っている。

日本では、生産から私用されて消費され廃棄されるまでのライフサイクル全てのCO2排出量を求められている。

花きでは、電気や重油だけでなく、農薬、肥料、鉢、スリーブ、ダンボールなど包材、資材の全てが算定される。

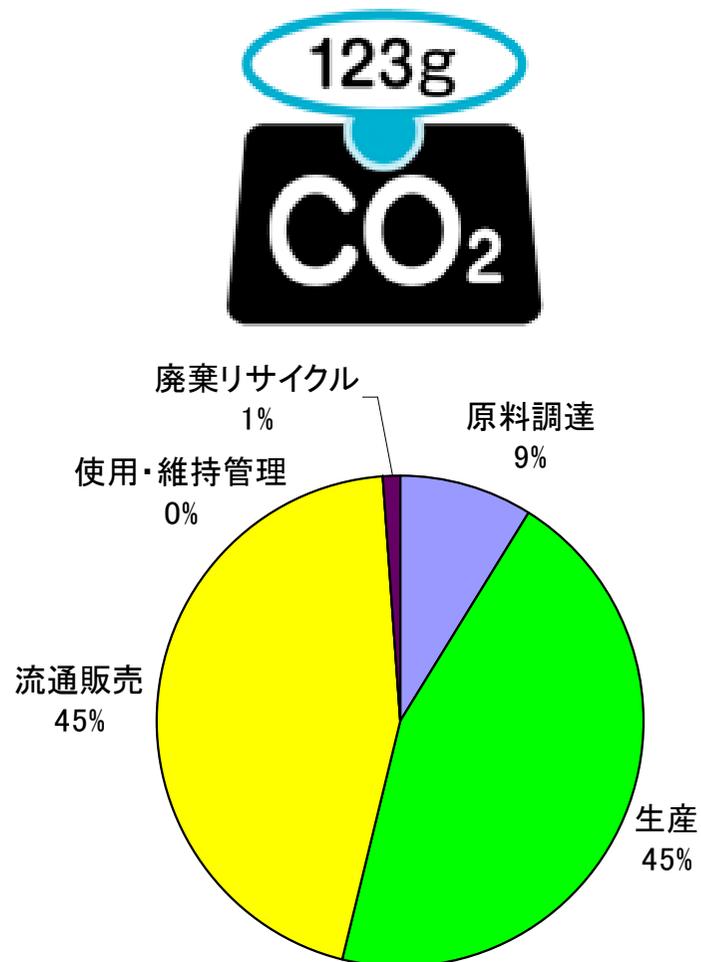


カーボンフットプリント表示の流れ

温室効果ガス 25% 削減 世界へ約束!

カーボンフットプリント「見える化」

CO2排出量 表示例



メルヘンローズ店頭シール



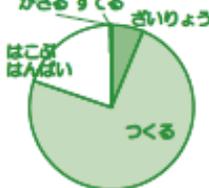
カーボン・フット・プリントの花が販売開始



花きで初めてのCFP表示の花が2010年6月東京青山フラワーマーケットで販売が開始された。



カーボンフットプリント試行事業
<http://www.cfp-japan.jp>
 検証番号: CVE-038

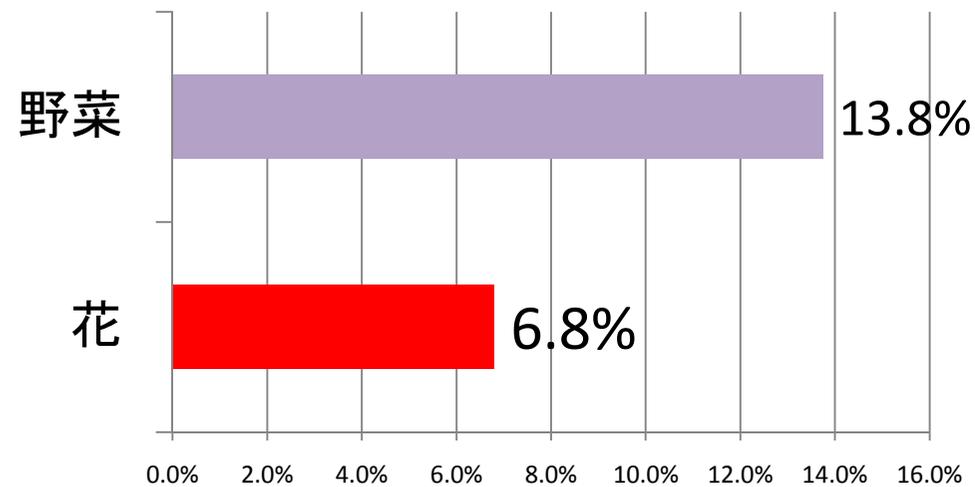


2008年7月13日-2009年7月19日
 産地データより算出



環境プレミアム(野菜・花の環境に配慮した商品に対する価格許容度)の加重平均

花の環境プレミアム加重平均は**6.8%**

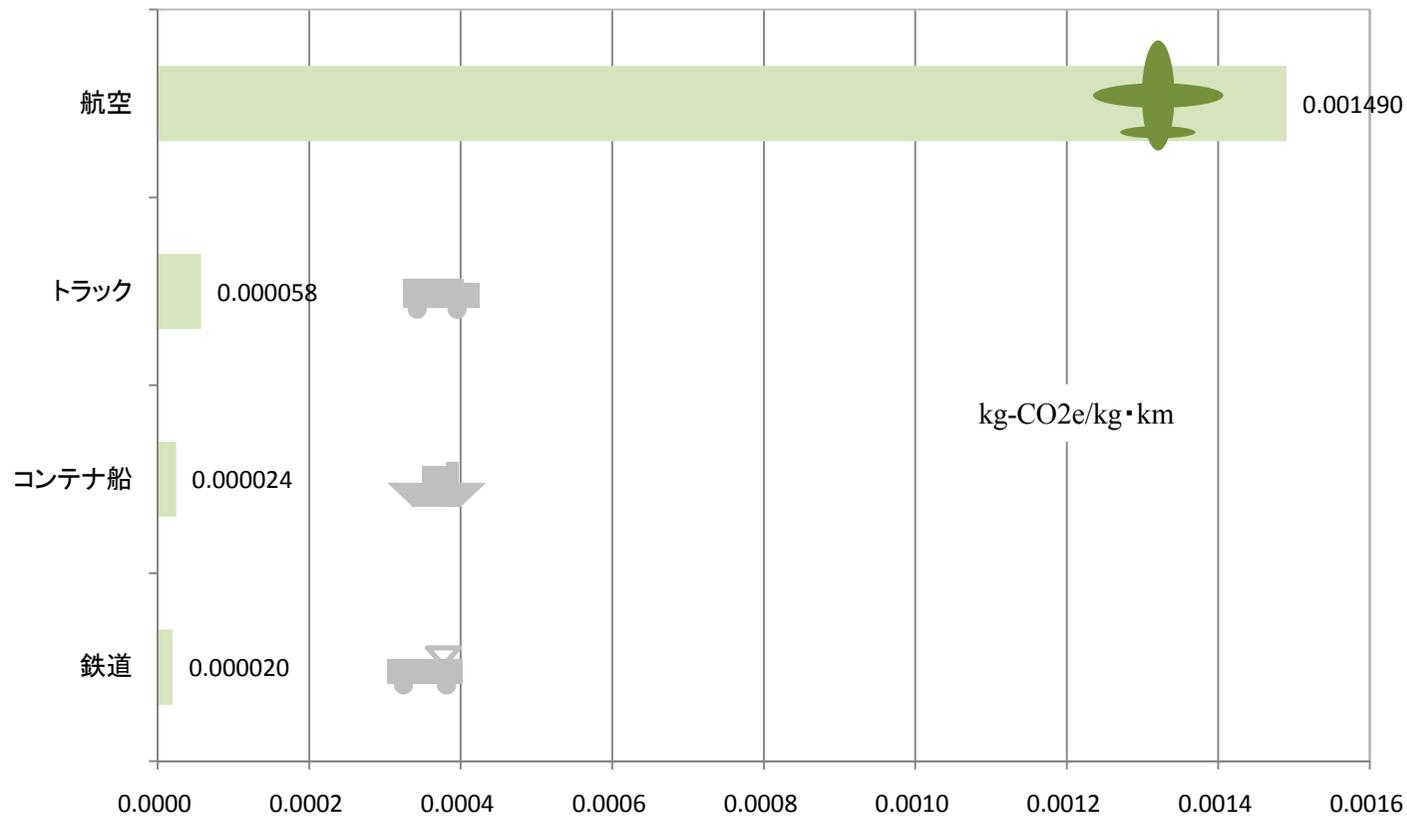


環境プレミアム加重平均

モーダルシフト

CO2排出量は、物流輸送手段によって違います。CO2排出量が少なく、エネルギー効率の良い輸送手段に転換(シフト)していくことをモーダルシフトと言います。

CO2排出量算出式(PCR)に使われる係数は下記の通りとなっている。ここでは、航空機は鉄道の約75倍、トラックは、3倍となる。なお、CO2排出量の計算では、荷の積載効率が加味される。

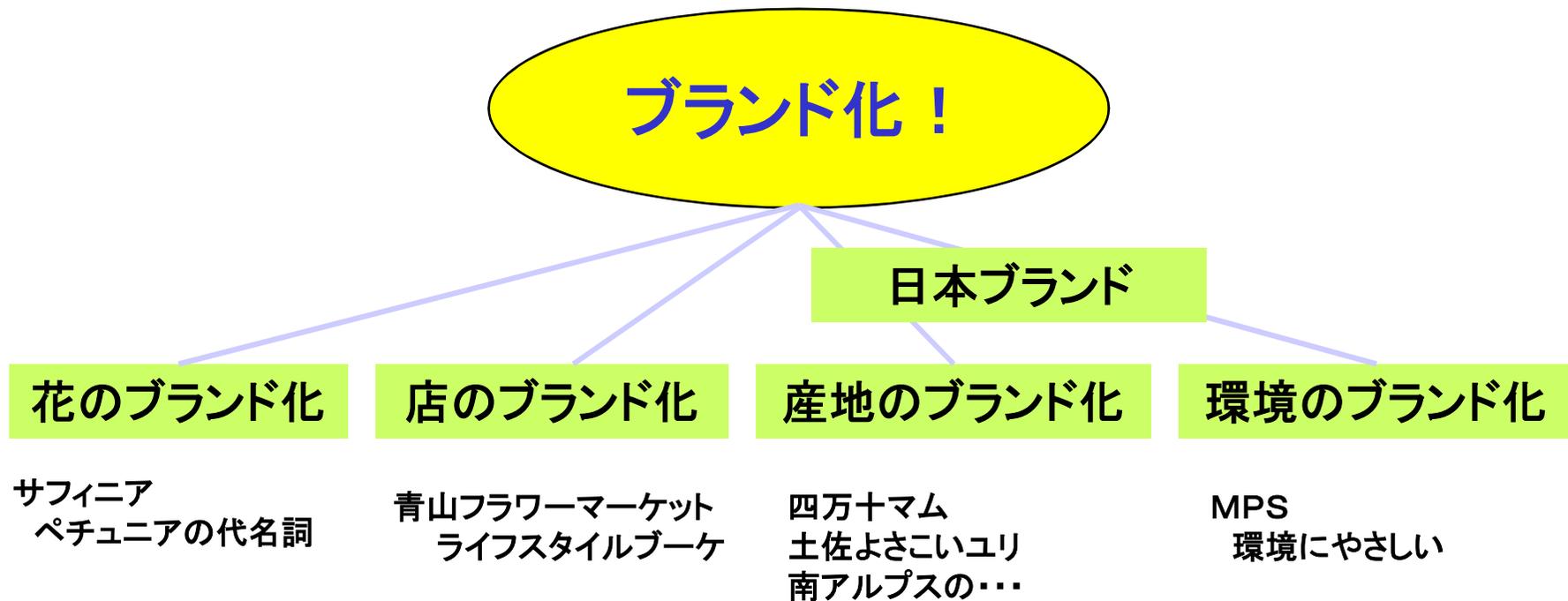


5. 花をもっと売るには

－お花のブランド化とは？

お花を買ってもらうには・・・ ブランド化！

キーワードはブランド化！



お店のブランド化

小田急ランドフローラ

青山フラワーマーケット



フロリアル



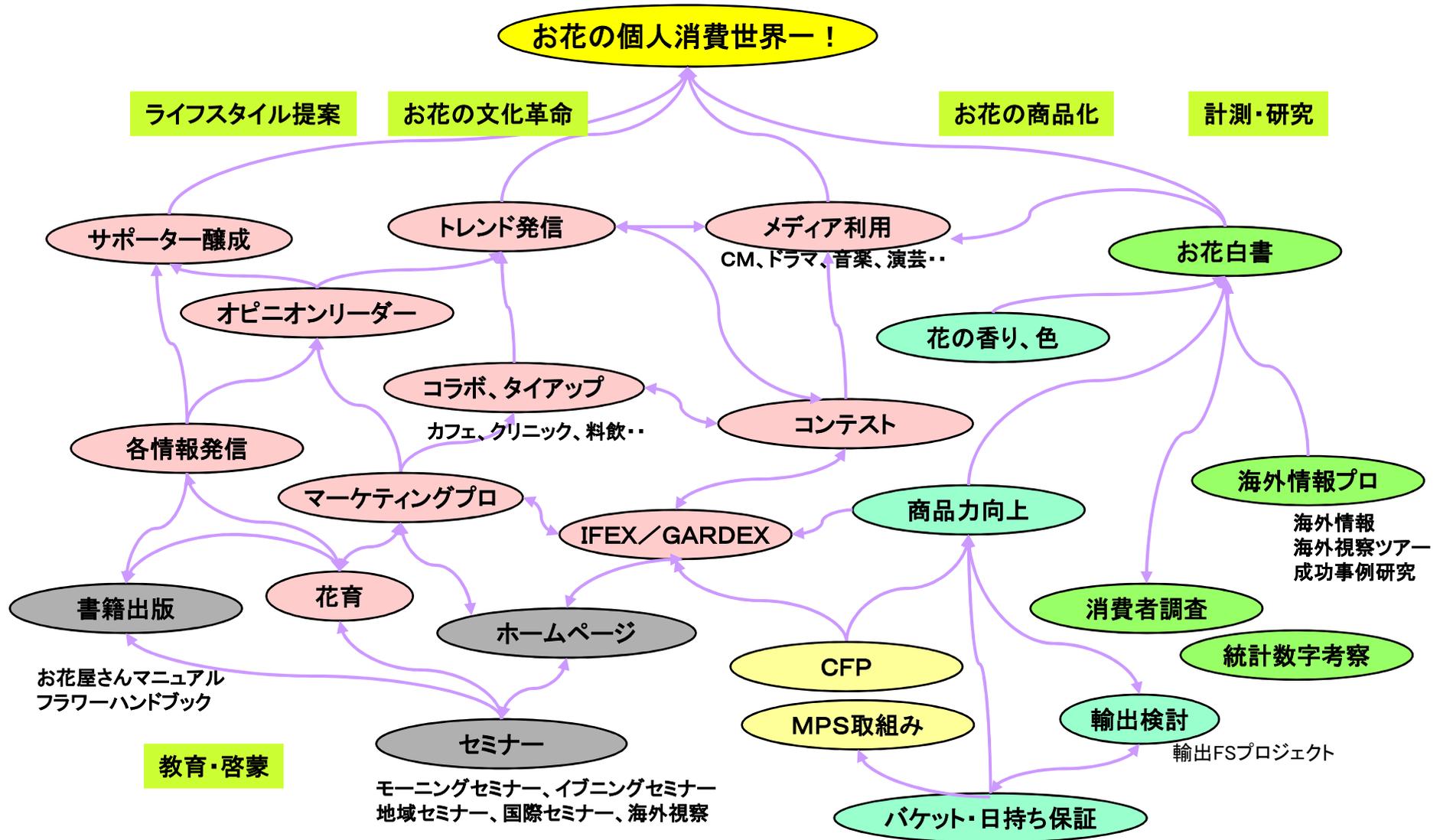
産地ブランド例



環境のブランド化 MPS

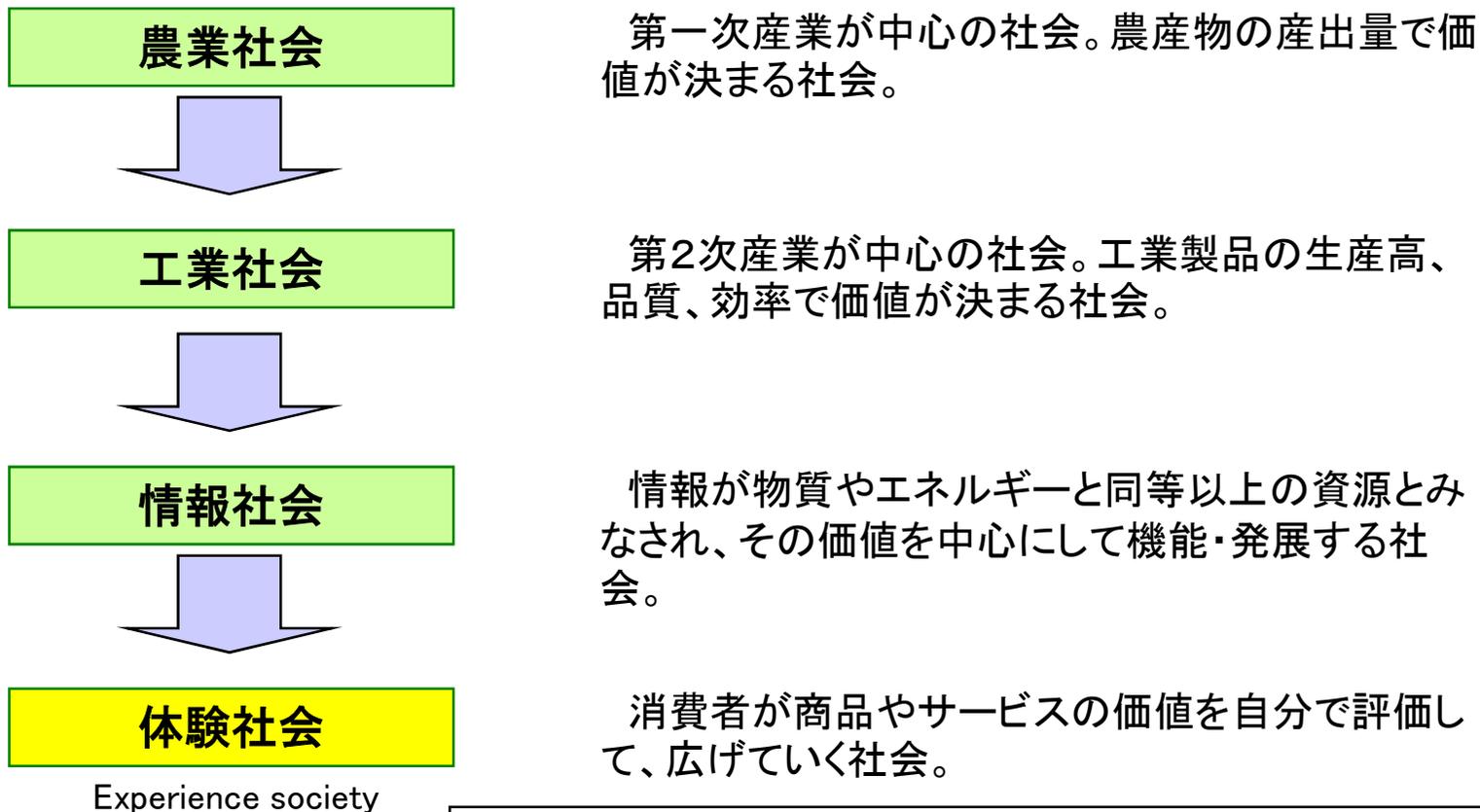


世界一の個人消費を実現するには！ - お客様にもっとお花を楽しんでもらうには？



体験社会 (Experience society) への移行

－2008年5月20日MPS参加者ネットワーク協議会 MPS本部デグレート総裁講演から



例)

フィリップス	商品売るのではなくライフスタイル、センスを売る！
トヨタ	車を売る広告だけでなく、環境の問題を訴求！
スターバックス	この空間でコーヒーが飲める！

MPS-ABC とカーボンフットプリント



温室効果ガス 25% 削減 世界へ約束！



カーボンフットプリント

商品の温室効果ガス排出量をCO2排出量に換算表示する制度。

商品の材料調達・生産・流通・販売・消費・廃棄までのライフサイクル全体にわたっての温室効果ガス排出量を消費者に「見える化」することで温室効果ガス排出量削減をはかる。



PCR (商品別算定基準)

日本フローラルマーケティング協会 (JFMA) は、産業環境管理協会へ登録しプロジェクトチームで花きのPCR (CO2排出量算定基準) 作成中。

カーボンフットプリント算定には、エネルギー使用量、肥料使用量、農薬使用量など正しいデータが必須である。



MPS-ABC はカーボンフットプリント算定に非常に有効

MPS-ABC 参加生産者は、エネルギー使用量、肥料使用量、農薬使用量などのデータを毎月MPSに報告しており、このデータをそのままカーボンフットプリント算定に活用できる。



MPS-ABC を野菜・果物へ展開

野菜・果物にMPS-ABCを展開。(2010年1月から)

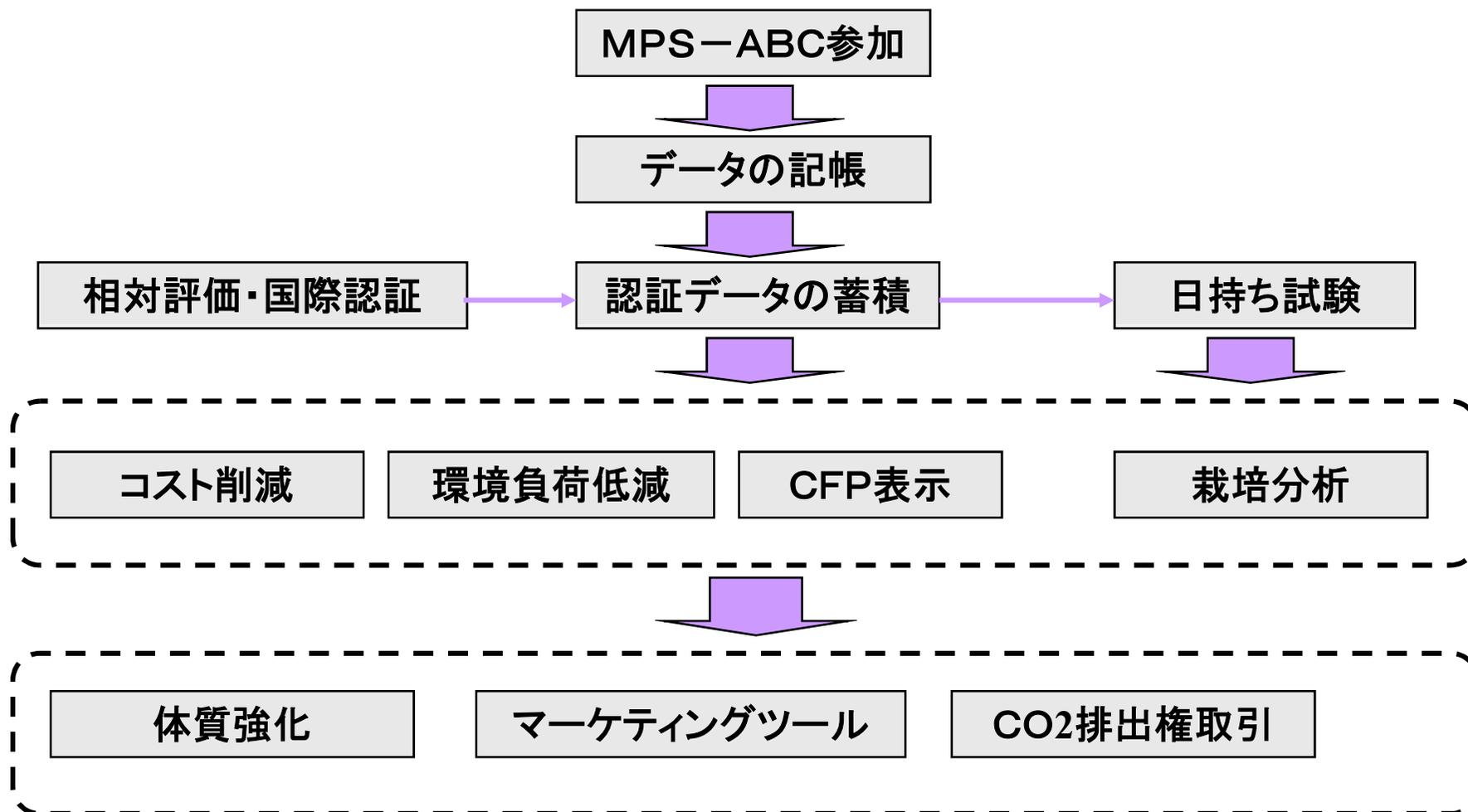
MPS-ABC は、野菜・果物生産者のカーボンフットプリント算定にも非常に有効である。



経験による農業からデータによる農業へ



農薬、肥料、重油、電力などの月に1回の記帳によって、データが蓄積され相対的な位置付けが判る。無駄を排除して環境負荷を低減すると共に結果としてコスト削減につながる。更には、国際認証機関で担保されたデータでCFP、排出権取引の基礎データとなる。



Sustainability

環境に配慮した持続可能な事業展開

- 地球温暖化
- 生態系崩壊(生物多様性)
- 食料危機
- 水資源危機
- 気候変動
- 代替エネルギー

