

信越 ビジネス最前線

ひらせいホームセンター(新潟市)が園芸品の販売を強化している。鉢花や切り花の種類を従来比4倍の30種類以上に拡充したほか、初心者向けの野菜育成支援サービスにも乗り出した。豊富な品ぞろえで地盤の新潟県や首都圏で客の取り込みを目指す。自社の農場を生かしたローカル企業ならではの柔軟な発想で差異化を進める。

ホームセンターは園芸品が充実している印象が強いが同社は花が手薄だった。従来から扱っているのはシクラメンなどの定番品6種類とお供え用の菊やサカキのみ。花は大手の同業他社やスーパーも扱っており、激しい競争にあえて飛び込んで

花拡充、仕入れ柔軟に

ひらせいホームセンター (新潟市)



種類の多さや低価格を売りにした鉢花で顧客の来店機会を増やす(新潟市)

こなかったという。戦略の転換を後押ししたのが野菜苗の好調な販売だ。食の安全意識の向上とともに野菜苗の売り上げはこの2〜3年で毎年10%ずつ伸びている。長雨などの天候不順で野菜価格も高騰し、節約しようとする家庭菜園を始める人が増えた。

野菜苗は全部で200品目を販売し、トマトだけでも10品種以上をそろえる。利益の最大化には商品数を絞り大量に仕入れるのが合理的だが、清水泰成副社長は「選べる楽しさを提供し続けたことが売り上げ増につながった」と分析。家庭菜園は新潟県内で、2〜3日

が広がれば、花にも関心を持つ客が増える。種類を広げれば飽和市場でも余地はあると考えた。年間計画で大量仕入れする大手とは違い同社は花の消費傾向に合わせ少量ずつ仕入れる。シュリアンやアザレアなどの比較的珍しい花は生産量が限られる。一度に1方以上の苗が必要な大手には扱いが難しいが店舗数が多いひらせいなら珍しい花でも一度に2000〜3000本程度ですむ。生産者も対応でき、価格帯も一株400円〜500円と他店並みに抑えられるという。仕入れ先は新潟県内で、2〜3日

野菜キット、都市部開拓

以内に店頭に並べ、鮮度も売りにできる。日本海側を中心に店舗展開する同社にとって、進出地域以外の顧客の取り込みも課題だ。同社は初心者向け通販サイト「Ikusei(イクセイ)」で野菜の育成キットを販売。ナスやトマトなど5品種の苗や植木鉢、肥料など育成に必要なものをセットで届ける。

子どもの食育の一環で挑戦したいという声にも応え、都市部の主婦層に売り込む。4月から肥料や水やりのタイミングをスマホに通知する機能を追加するなど初心者向けにサービスを強化、園芸をきっかけに同社の固定客化を図る。

矢野経済研究所(東京・中野)によると、2018年度のガーデニング・家庭菜園市場は17年度比1.6%増の2275億円。高齢化の進展で市場は成熟期を迎えている。中小ならではの柔軟な発想と新規顧客の開拓が生き残りのカギを握る。(井上航介)

新潟