

# GW、家庭菜園やってみよう

## 若者の需要喚起、新商品続々

27日から10連休になるゴールデンウィーク(GW)を控え、家庭菜園の需要を取り込もうとする動きが新潟県内で活発化してきた。ホームセンターや農機具メーカーは相次ぎ新商品を投入した。家庭菜園は郊外やシニア層が中心だが、手軽に取り組める新商品をアピールすることで都市部や若者層の需要も掘り起(くわ)げようとしている。

ひらせいホームセンター(新潟市)はこのほど、初心者向け通販サイト「Ikusei(イクセイ)」で野菜の苗や肥料などの販売を始めた。「家庭菜園をやってみたいが、何をそろえたら良いのか分からない」との声に対応した。

2020年春にはサイトに居住地を登録すると、その地域の気温や湿度から水や肥料を与えるタイミングを自動で判断する機能を追加。スマートフォン(スマホ)を通じて助言し、「初心者でも失敗しにくい」(清水泰成副社長)という。5月中旬からは栽培方法を動画でも紹介する。

苗は季節によって異なり、春はトマトやナス、キュウリ、ピーマンの4種類から選べる。価格は1鉢3980円で、注文

### 栽培方法、スマホ通じ助言

▲ひらせいホームセンター ▼浅野木工所

### 植え付け簡単「マルチゴテ」

から2〜3日後に届く。鉢植えのため、ベランダや室内でも手軽に栽培で

きる。「子どもの食育の一環でやってみようというニーズは高い」(同)とみて、都市部の25〜50歳の女性を中心に売り込む。初年度は4000円の販売を目指す。

金属加工が盛んな燕三条地域では手軽に園芸を楽しむアイデア商品が続々登場している。農機具メーカーの浅野木工所(三条市)は苗の植え付けが簡単にできる「マルチゴテ」を売り出した。

全長25センチの筒状で、地面に直角に差し込んで穴を開けると、そのまま苗を植えられる。価格は4320円で、自社サイトで販売している。

農機具メーカーのカネコ総業(同)は女性向け農機具ブランド「Lacuno(ラクノ)」を立ち上げ、くわや鎌など12品目を発売した。小さ



若年層などの取り込みが成長のカギを握る

な手でも握りやすいように持ち手部分の直径を従

来品より0.5センチ細くしたほか、素材をポプラからシイ材に換えて3割軽くした。

価格は2500〜8000円で、ホームセンターなどで販売する。同社は農林水産省が推進する「農業女子プロジェクト」に参加し、農業に携わる30〜50代の女性の意見を取り入れて開発した。

矢野経済研究所(東京・中野)によると、16年度のガーデニング・家庭菜園市場は15年度比0.8%減の223.1億円で、近年は横ばいで推移している。担い手はシニア層が中心のため、今後は高齢化の進展で市場の縮小が見込まれる。新たな顧客層の開拓が成長のカギを握る。