

ニューススタイルで盆栽をビジネス化

福井県立大学経済学部
小倉研究室



http://www.seikouen.cc/saika/saika_index.html

ケース

□ さいたま市 盆栽園 清香園 5代目 山田香織

□ 出所

朝日新聞2008年5月3日(土)フロントランナー

盆栽園「清香園」 5代目 山田香織さん(30歳)

□ 清香園の5代目山田香織による盆栽のビジネス化の事例をマーケティングの枠組で読み解く

(なお、現実のマーケティングプロセスは①経営者の最も大きな関心事項あること、②具体的に対象をつかまえられること、③今ある経営資源と将来方向をつなげやすいことなどから、ここでのような順序となる)

目次

1. 提供価値の発見と創出
2. どのような方法で価値を発信し、伝えるか
3. 誰に(顧客層、ターゲット層)

1. 提供価値の発見と創出

「プロダクト」の創出による顧客吸引力の発揮、事業の魅力源泉の創出プロセスである

□ はじめに

- 盆栽を、女性を中心とした多くの人々が気軽に楽しめるものにする。盆栽づくりを通して和のカッコよさを発見する。和の新たな魅力を発信する。これにより「盆栽を女性に広めたい」という思いの実現が図られる

□ 盆栽の新しい魅力の提案

- 日本的自然を日常生活の中に取り入れる＋おしゃれ、かわいらしさ、遊び心＋新しいライフスタイルの提案＋マンション生活でも楽しめる小さな庭づくり

1. 提供価値の発見と創出

- 自分だけの作品としての小さな自然づくり＝気楽に楽しめる新しい盆栽づくり
 - 盆栽で小さな自然や小さな庭をつくる、自分だけの作品をつくる
- 盆栽のイメージをかえる
 - おしゃれ、かわいらしさ、遊び心を付加、生活の中にある自分だけの芸術作品に高める
 - 従来の盆栽：1本の木だけで季節感や山野の風景をあらわす
 - 彩花盆栽：手っとり早く作品になる。1本の木だけでなく、季節の草木や花の寄せ植えというスタイルをとる（盆栽の鉢もおしゃれなものにした）。彩花盆栽教室では3,000円ほどの材料費で、2時間1コースにより自分の作品を仕上げられるという完結性がある

2. どういう方法で価値を発信し伝えるか

「プロモーション」: よりよく知らせるためには、どうすればよいか「チャンネル」

- 盆栽教室の開催
 - 教室の受講者の8割は女性
 - 盆栽づくりが女性に適合するよう、おしゃれ、かわいらしさ、遊び心の要素を付加
 - 盆栽の初心者、なじみのない人でも近づきやすくする工夫を随所に入れ込む
 - 気軽に楽しめて、手っとり早く自分の作品ができる場にする

2. どのような方法で価値を発信し伝えるか

□ 通信教育

- ビジネスとしての盆栽教室が初めてなら、盆栽作りの通信教育はさらに初めて、他で行っていなかった
- 教材は受講者にパッケージで届ける
- 受講者からは自分の作品を写真で送ってもらい、これの添削指導をするというやり方である

□ ITの活用

- 盆栽園のホームページを開設
- ホームページと楽天の電子商店街で通信販売も行う
(Webshopの開設)
- 山田香織自身は、自前のブログにより情報発信する

2. どのような方法で価値を発信し伝えるか

□ 各種メディア媒体に出る

■ 「パブリシティ」

新聞や雑誌、メディアの多くに登場する。取材を受ける立場と寄稿する立場の両方から

■ テレビ出演

2008年4月からは、NHK「趣味の園芸」講座で司会を務め、毎週出演する

■ 経済産業省提唱の「新日本様式百選」に選ばれる

2007年「現代のインテリアにモダンに映える新スタイル」と評される

■ 著書「小さな盆栽のある暮らし」家の光協会 2005年発刊 他3冊の著書

3. 誰に(顧客層、ターゲット層)

「STP」を明確にするプロセス
どういう人が新しい盆栽づくりのターゲットになりうるか

- 小さな自然を相手にして、自分なりの作品をつくりたい人、手入れをいとわず、手作りが好きな人に向く趣味である
- 生活の中で自然とふれ合うカッコいい趣味を持ちたい人
- マンション住まいだが、手軽な自分の庭、小さな庭をもちたい人
- 女性、年配者で和の趣味に関心のある人

3. 誰に(顧客層、ターゲット層)

- 盆栽教室に来る人の8割は女性
 - 盆栽の手入れのきめ細かさと子育てのきめ細かさには共通する部分がある。だから盆栽づくりが女性に支持をうける基盤もある
- ・セグメントし、ターゲットを明確にすることで顧客層は逆に広がってくる
 - セグメントを単純に市場細分化と受けとめると、セグメントすることで顧客層が広がることには理解がわかないかもしれない。これは次のように考えるべきである
 - セグメントは「細分化」するというより、特定市場に「分けて」みることで、顧客をあぶり出し具体化することに狙いがある。この点をよくわきまえれば、セグメントやターゲットを明確にすることで、それまでぼんやりしていた顧客層が明確になり、結果として顧客層が明確になり、結果として顧客層が広がることも容易に理解できるようになる

Q&A
