

新・農業経営者ルポ / 第116回

「絶対差」の コチョウランづくり



国内最大のコチョウウランの産地である愛知県豊橋市にあって、(株)松浦園芸代表の松浦進(67)は年間出荷量25万本というケタ外れの生産を実現している。ITでガラス温室内の環境を制御するなどして品質は最高級を維持。量、質ともに他者の追従を許さない「絶対差」を追求して国内トップクラスの経営体上に上り詰めた今、新たな経営の可能性を求めて海外進出へと乗り出した。

文・撮影／窪田新之助

全長150mのコンクリート通路

東海道線のJRR豊橋駅から車で南の遠州灘に向かえば、途中20分ほどで豊橋市東七根町にたどり着く。人影も見当たらない田舎の平坦な道を走っていると、広大な園芸用の施設があるのに気づいた。近づいていけば、「松浦園芸」の大きな看板。事前に調べたとおりのようだ。同社のホームページには1.5haというナゴヤドームが収まるほどの敷地に、1.3haのガラス温室を構えているという記述があった。施設園芸が盛んな東三河地方でも、これだけの規模を目にするには珍しい。

この温室は、オランダで開発された連棟タイプのフェンロー型。松浦の長男で中を案内してくれた秀昭(32)によれば、骨材が細くて室内に陰がでにくく、作物にまんべんなく太陽光が当たりやすい構造になっている。取材当日の天候は雨曇りであったものの、施設内に入ってみると思っていたよりもずっと明る

い。ただ、そう感じたのは、光が十分に差し込んでいるからだけではなく、広々とした場所に白や赤、ピンクなどの大輪が一斉に迎えてくれたからだろう。

施設内を歩くと、その先進性には驚くばかりだ。なかでも圧巻だったのは3連棟の施設をまっすぐに貫く幅3m、全長150mに及ぶコンクリートの通路。これなら2段づくりの台車で鉢を運搬するのに作業がはかどる。同じ理由でほとんどの部屋は自動ドアで区切っている。

このまま施設内の様子を紹介していこう。育苗は国内外の専門業者に発注しているの、室内のほとんどは出荷場と開花室が占めている。コチョウウランを育てるのは大人の膝丈ほどにあるベンチの上。そのベンチは移動式。通常の位置にあれば端がやや通路にせり出した状態になっているが、手で地面と平行して左右に動かせる。台車を運搬する際、通路を狭くしているベンチを退かせるための工夫だ。

ベンチの下には温湯管があり、さらに緑色のネットが地面を底辺にするようにしてピラミッド型に張つてある。聞いてみると、ベンチの網目から落ちるゴミを通路に排出して掃除しやすくするためだという。もしネットがなければ、ベンチの下にたまってしまう、そこから通路に一端履き出すのは時間も手間もかかる。ポットからこぼれ落ちる水苔やバークなどのゴミをためておくと、コチョウウランにとって病原菌の温床となってしまうのだ。実際に年間150万円ほどかかっていた農業代はほぼゼロになった。

ただ、ネットだと網目にゴミが引っかかるから、ビニールのほうがいいのではないか。そう思ったのが秀昭に質問してみると、ネットで囲われたコンクリートの地面に敷いてある透湿性のシートをめくり始めた。その中に手を入れ、何やら黒いものを取り出してきた。細かく砕いた炭だという。これで湿度を適切に調整しているの、網目があるネットにしているのだ。ビニールを張ってしまえば、炭が湿気を吸うこともはくこともできない。

実は施設内の環境はより大きなシステムとして制御コンピュータで管理されている。時間ごとに日射量や温度、湿度、風速、カーテンの遮光



(株)松浦園芸
代表

松浦 進

愛知県豊橋市

まつうら・すずむ 愛知県豊橋市生まれ。67年、豊橋市弥生町で観葉植物の生産を開始。80年にオランダから日本初の自動鉢植え機を導入し、年間30万鉢の出荷体制を整備。91年、東七根町でコチョウウラン専用の温室を建設して観葉植物から転換。11年に農林水産業者・団体の最高の栄誉である「天皇杯」を受賞。



4



3



1



2

- 1 ナゴヤドームがすっぽりと収まる1.5haという敷地面積に広がる松浦園芸のフェンロー型施設。
- 2 移動式ベンチ。
- 3 4全長150mのコンクリート通路。途中は自動ドアで仕切られている。ここを2段の台車で鉢を運ぶ。

率などを計測。制御室のパソコンであらかじめ希望する室内の温度や湿度などを設定しておけば、それを維持するように天窓を開閉させたり、ヒートポンプを稼働や停止させたりすることが可能。計測したデータはコンピュータに集積されるので、でき上がった花の品質を見ながら栽培技術を磨いていくのに役立つ。

このシステムは埼玉県のコチョウランの生産者が考案して、農業資材メーカーが売り出していた。松浦園芸では1.3haで導入するのにかかった費用は600万円ほど。オランダにも同様の商品はあるが、最低でも1000万円はする。ただ、残念なことに最近になって製造中止になってしまったという。松浦園芸では事前にシステムのプログラムを勉強していたほか、修理に必要な部品を購入していたので、当面はこのシステムを利用できるそうだ。

国内初の染色技術と「ハート胡蝶蘭」

これだけ高度な制御システムを備えた施設内で作る商品の花色は、先ほど紹介した3色だけではない。売り出し中なのは、2年前からオランダの染色技術を使ってできる青、黄、緑、紫。この技術の利用を許諾されたのは現在のところ、世界4カ国で

6社しかない。日本国内では松浦園芸だけだそうだ。

その色づけ方法は茎にドリルで小さな穴を開け、そこに注射針を刺して染色液を注入する。わずかな液量で日に日に花びらが色づき、1週間もすれば出荷できるまでになる。

専用の部屋で秀昭からその段取りを見せてもらったが、「企業秘密」なので詳細を書けないのが残念である。2012年から10年間、日本国内では松浦園芸の専売特許なのだという。当初、染色技術は「あくまでも売上全体を伸ばす起爆剤として考えていた」。だが、一度購入した販売業者の8割がリピーターになるなど想像以上に人気が出ている。

仕立て方では1鉢に3株を立てる「3本立て」と5本立てる「5本立て」という一般的な商品のほかに、オリジナル商品として茎をハート形に矯正した「ハート胡蝶蘭」を売り出している。バレンタインや母の日、クリスマスなどの記念日や結婚式などの贈答用として人気が高い。ただし、ハート形に仕立てるのは難しいそうだ。50人いる従業員のなかでもその技術を持っているのは数人に過ぎないのだとか。

「日持ちの良さには非常に気を使っている」

そう言って秀昭が鉢から取り出し

て見せてくれたのはコチヨウランの根。透明なポットの中で図太い根があふれ出るほどに密集している。「ここまで作り込む生産者は少ない。でも、これが長持ちの秘訣なんです」とのこと。

その苗づくりは台湾と栃木県の生産者に委託している。社長自らが現地の生産法人に定期的に出向き、苗の出来具合を定期的に検査している。一般的にコチヨウランの出荷後の日持ちは1カ月半から2カ月だが、同社の商品が3カ月なのはそのためだ。後からやってきた社長の松浦に苗づくりの秘訣を問うと、あっさりとした答えが返ってきた。

「基本に忠実に管理するということでしょうね。コチヨウランについては何も知らないなかで始めたけれど、基本こそが一番大切だと思います」

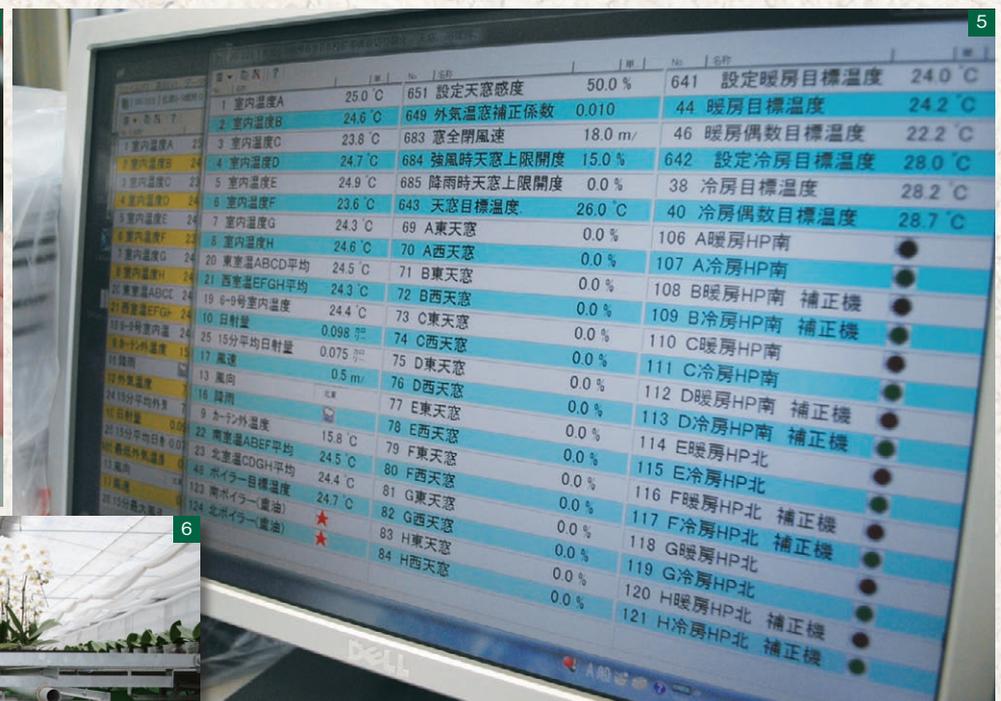
91年、松浦は栽培品目を観葉植物からコチヨウランに転換した。以来、視察や研修のため、全国で1000戸近くの生産者のもとを訪れたという。時には1、2週間、ビジネスホテルや旅館に滞在。そこから農園に通い、一緒に作業をさせてもらいながら、見よう見まねでコチヨウランの作り方を学んできた。

そのなかで関東と東海の両地方では栽培の仕方とマーケットに大きな

違いがあることがわかった。関東流は「水をあまりかけずに根がしっかりと張るのを待つ、1鉢1鉢を大切に作る作り方」。一方、東海流は「自動かん水である程度水をかけながら、大量生産する作り方」。いずれの良し悪しがあるわけではない。ただ、松浦園芸はコチヨウランでは後発組だったので、地元他の生産者と同じ育て方では勝負にならない。関東流を採用して、「1鉢1鉢を大切に作る作り方」を目指すことにした。だから今も1鉢1鉢にホースで水をかけ、培地にまんべんなく水を行き渡らせている。

花姿へのこだわり

そうした丁寧できめ細やかな姿勢は花姿にも現れる。正面から鉢に咲いた花を見た際、その後ろの茎が見えてしまえば商品価値を落とす。これを防ぐため、花の後ろにスポンジ状のウレタンをあてて洗濯バサミで留め、茎を隠すために花の向きを矯正する。もちろんすべて手作業。年間25万本を生産するので相当な手間を要するが、店頭価格で2〜3万円の値を付ける国内最高級品に仕上げるのに手を抜くことはない。国内最大級の生産量ながら高品質。これこそ松浦の言う「絶対差」である。鉢にもこだわりがある。3本立て



5は制御室内のパソコン。温度や湿度などをこれで管理している。

6移動式ベンチの下にはピラミッド型にネットを張っている。ベンチの網目からこぼれ落ちるゴミが通路に出される。

7ネット内、透湿性のシートの下に敷いてある木炭。室内の湿度を整える。

「絶対差」のコチョウランづくり



8・9は松浦園芸オリジナルの「ハート胡蝶蘭」。支柱を曲げてハート形にしている。8はオランダから導入した染色技術で青に染めてている。

10は大型の寄せ植え。徳島市のラン展示販売施設「あんみつ館」に寄贈するなどしている。

茎を固定する支柱にしても台湾のメーカーから仕入れている。日本国内のメーカーから購入していたときには支払金額が毎月平均で100万円に及んだ。その経費を減らすため、台湾の工場に向いて直接取引を始めた。これで4割カットになった。

目下の課題は高騰する電気代への対応。夏場、冷房のために稼働させるヒートポンプの電気代は毎月400万円かかっている。中部電力が4月から大口需要者への値上げを決め、さらに負担が増える。花業界では電気代を抑えるために変温管理をする動きもあるが、「温度を変えたらどうしても花がダメージを受けると言う。だから、冷房は従来どおりかける。「特許の関係で明かせ

を正面から見た際、真ん中より両サイドが10cm低くなる構造になっている。この鉢は中国広州交易会で知り合った現地のメーカーに製造を依頼し、3週間に一度、名古屋港を通じて輸入する。日本国内のメーカーに頼めば仕入れ単価は1.5倍になるからだ。松浦は言う。

「付加価値を打ち出しながらいかにコストを抑えるかが大切。そのためにはある程度量を使えないと、鉢屋さんに注文できないでしょ。3週間に1回取り寄せるなら、向こうも頑張りますよ」

松浦はコチョウランの前に観葉植物を作っていた当時から、園芸業界の将来を探るため、海外の動向には常に目を向けてきた。ただ、今は販売先としても関心を持っている。すでにシンガポール、香港、ドバイ、ロシア、ドイツへコチョウランを輸出した実績を持つ。

秀昭によれば海外進出を進めるのは次のような理由からだ。

「日本のコチョウランはすごい」

ない」というが、省エネのための対策を検討しているところだ。

それにしても松浦は勉強熱心である。こちらが取材しているというのに、逆に渥美半島の農業者の様子や視察すべき農業者のことなどを聞き返してくる。それに全国100近い生産者のもとを訪れただけあってフットワークが軽い。

「海外に行くって言うと、カミさんがときどきついてくるっていうんだけど、僕があんまりにあちこち回るから、疲れて嫌になってしまったみたいだね（笑）。この間なんか鉢のメーカーを中国でもう1社確保しておこうと思って、広州交易会に参加した後に片道460kmを車で往復しましたよ。360kmは高速道路だったけど、残りは山道。それも日帰り。経営を発展させるには、そこまで体を使うわけです」

というのを世界にわかってもらいたいんです。欧米ではコチヨウランは贈答用というより、自分が日常飾って楽しむという感じ。日本のように鉢1鉢に手をかけるようなことはない。だから、うちの商品を持つていくと、『造花みたいだね』って言われるんです。それぐらい日本の品質ははずば抜けている。それを世界に認めてもらえば、日本農業を盛り立てることもなる。もちろん、国内向けにうちの商品のアピールにもなりますね」

秀昭自身、海外での展示会で寄せ植えを披露するなど、海外へ積極的に宣伝に向かっているそうだ。

施設園芸の発展に向けて

豊橋市のある東三河地方には売上が1億以上の農業経営体がある。なかでも松浦園芸はトップクラス。それだけば抜けた経営をしてもっと幅広い世代や人々にコチヨウランを楽しんでもらうことを願っている。海外進出もその一環。「そういう意味では今年優勝をかけられる年だと思う」と語る。2年前に導入した染色の技術が安定して生産が軌道に乗ってきたからだ。

「品質の高さが認められて、『松浦園芸のコチヨウランが欲しい』とい

うお客さんが増えてきた。だから、これからは待ちの商売ではなく、攻めの商売ができるのかな、と思います」

ただ、経営を進展させていくうえで日本の農政には悔しい思いがあると、松浦は言う。

「台湾では政府がコチヨウランの苗を生産する農家のために広大な敷地を用意して、低利で金を貸して温室を増設するのを積極的に後押ししてくれるんです。良い苗を海外に供給して、外貨をどんどん獲得せよっていうからすごい。でも、日本ではそうはいかないでしょう。農地法の壁があつて、農地をコンクリートでたたいは駄目だとか、そこに事務所を造つてはいけないだとか。本当の農業はそんなもんじゃない。人を使ってどんどん生産して、税金をたくさん払う。それがT P P後の日本農業のあり方ですよ。規制の網をかけるなんてナンセンス。政府にはもっと産業を育てるつもりでやってもらわないと困りますよね」

その魅力を多くの人に伝えるため、世界に乗り出した国内最大級のコチヨウランの生産者。農林水産物の年間輸出額1兆円などで国内農業の体質強化を図ることを目標に掲げる政府はその声をどう受け止めるだろうか。

(文中敬称略)



12 松浦園芸で働く従業員たち。

13 14 茎が隠れるように花の裏にウレタンを当てて洗濯バサミで留めている。

