

「この人この経営」第45回

生産者自らが海外の産地と肩を組む時代

農事組合法人お花屋さん 代表理事

小久保恭一さん（50歳）

〒441-3627

愛知県渥美郡渥美町堀切瀬古畑3

☎0531-34-2016



小久保さん夫婦。海外の産地には奥さんも時々同行する

【プロフィール】1952年生まれ。愛知県の農業技術大学校を卒業後就農。現在、約2450坪のハウスで葬儀用の電照菊を栽培。労働力は本人と千代子夫人、お母さんの節子さん、後継者の恭洋くやすひろ>さんの他、2名の研修生。個人での売り上げは約6000万円。現在、農事組合法人お花屋さんの代表理事。法人として年間売り上げは約10億円。出荷本数は約1500万本

ほとんどの農産物の市場が縮小傾向にあるなか、成長が見込まれている分野がある。葬儀用の輪菊だ。データによると2000年の年間死亡人口は100万人超だが、ピークの2020年頃には約180万人に達する。現在、1兆円といわれる葬送市場は3〜4倍にも膨れあがるといわれている。

だが、菊農家すべてが安泰というところではない。ピークを境に死亡人口は徐々に減る。また、葬式が質素になっており、必ずしも葬儀の件数が花の需要と結びつかなくなってきた。

そんななか、電照菊の最大の産地である渥美半島の菊農家、小久保恭一さんは需要増加を見込み、大分県に第二農場を作る計画まで立てている。

小久保さんは、志をともしにする農家との組織をつくり、国内のみならず海外との産地提携に乗り出した。商社に任せてきたことも、もはや農家自らがする、いや、しなければならぬ時代になった。

20年前に確信した「分業の時代」の到来

21歳で農業を始めた小久保さんは、

キャベツや大根を作っていたが、途中から白い輪菊の栽培を加え、34歳で菊専業になった。

昭和60年頃、花き市場の統合が進み、大量の花を安定出荷できるようなという農協の音頭で「周年菊出荷連合」がつくられた。小久保さんは2代目の会長に就任。農家をうまくまとめ、当時市場を席卷していた品種「秀芳の力」の代表的な産地にのし上がった。

有名な産地になった出荷連合に新聞取材が入った。取材に応じた小久保さんは、記者にこんなことを話した。「これからは国際分業の時代になりますよ」

発言には確たる根拠があった。当時、小久保さんはブラジルから研修生を受け入れていた。菊の苗が日本では4〜5円すると話すと、研修生は「高いね。ブラジルでは1円です」小久保さんは驚いた。

かねてから、渥美半島一帯では人件費の高さが農家の悩みだった。人口が減る一方で、菊やキャベツ、メロンの栽培が盛んで専業農家が多い。「パートさんの取り合いみたいになって、人件費がどんどん上がってしま

った」(小久保さん)

さらに、育苗と出荷用菊の管理の両立は労力的に負担が大きかった。人件費の軽減、省力化のためにも海外の産地との分業は避けられなくなると小久保さんは読んだ。コメントが載った記事を見た商社の丸紅が、すぐさま小久保さんにアプローチしてきた。

自分がいなくても農場が 回る体制を整えたい

さつそく、丸紅を通じてブラジルから苗の輸入が始まった。この輸入にいたるまでの経験が、小久保さんの経営を大きく変えるきっかけになった。

苗の輸入の話が進むにつれ、小久保さんは幾度となくブラジルやイשראלなど施設栽培の先進地を精力的に見て回った。また海外の技術者も小久保さんの農場に訪れるようになった。

「彼らがわたしの農場に来ると必ず『ECやpHはどのぐらいで管理しているのか』と聞いてくる。でも施設といても土耕でやっていた私には答えることができなかった」

小久保さんは目からうろこが落ちる思いだった。農業技術といえば、

親から教わったり勘で覚えていくというやり方だと思っていた。農協などもそれ以上のことはない。

しかし、海外の農家は数字をもとにたった一人でハウスを管理している。「私も彼らのようになれば、世界中をまわることができる」

当たり前と思っていたことが、海外に出てみて当たり前ではないことに気づいた。これが小久保さんの転機になった。そして、いまから8年前、土耕で点滴かん水する養液栽培を導入した。ようやく日本にも普及するようになった頃だ。始めは、水量の調整が大変だったが、作業の省力化や、肥料代が1/5になるなど大きな効果をもたらした。



菊の苗。こちらは発根苗。輸入の苗は根がなく、重量も軽い穂で輸入する

一方、苗の輸入だが当初は、根の

ついた「発根苗」での輸入を想定していたが、土付きのため検疫に通らないこと、また物流費の高さも問題だった。試行錯誤をするうち、日本から親苗を送って海外で苗を増やし、根のない「穂」の状態で輸入し、ハウスに定植する「直刺し」という技術で対応できることになった。

現在はブラジル、ベトナム、スリランカから輸入し、沖縄からも入れている。ただし、良質な苗だけを輸入するために、海外の産地はオランダ人の管理者がいる農場とだけ提携しているという。

小久保さんのハウスを見せてもらった。品種はすべて「神馬^{じんば}」だが、ブラジル産、スリランカ産と、国ごとに植えられていた。養液栽培もはじめとは様変わりした。い

まは点滴方式ではなく、ハウスの頭上から水や養液を噴射させる「頭上かん水システム」が主流。オランダで普及していた方法を3年前から導入した。このシステムでこれまでよりも定植後の生育がさらによくなっ

たという。

農協に居続けると 借金を返せない

好奇心旺盛、研究熱心な小久保さんは新しいことにも貪欲にチャレンジする。菊に照明を与えるのは生育を遅らせるためといわれているが、照明がもたらす温度よりも光そのものが生育には障害になると知った。だが、青色の光を遮ることで生育が早まると聞くと、ハウスの天井に青色シートをかけて実験してみる。21歳から連れ添っている奥さんの千代子さん(50)からは「お父さんはいつでも一番先頭を歩いてしまう。二番目を歩けばいいのにね」といわれているという。だが、そうした研究の積み重ねが、小久保さんの菊への高い評価につながっている。

ところで、葬儀用の花のよしあしはどこで判断されるのだろうか。「葬式は前日に準備することが大半なので、翌日になっても持ちがよく、咲き方がそろっていること。それから、葬儀屋は短い時間で準備しないといけないので、箱から出した花が残らず祭壇に飾れるようにロス率が

少ないこと」(小久保さん)これが葬儀用の花に求められる商品力だそう
だ。

また、常識破りともいえるが、小久保さんは出荷前の水揚げをしない。「花は敏感で、水揚げをする水に雑菌などが入っていると、かえって持ちが悪くなるのがわかった」(小久保さん)ひたすら勉強し、自分で確かめながら技術を磨いてきた。それが、ユーザーからの「小久保さんの花は持ちがいい」という評価につながった。

その実績は、農協から離脱したいまも小久保さんの経営を支える根幹になっている。小久保さんは4年前に農協出荷をやめた。きっかけは農協が導入した自動選花機だ。20億円以上かけて導入したのだが、多数の生産者の花を混ぜて選花するという方法になってしまった。納得できない小久保さんから一部の農家は農協ごとの選花を求めたが、受け入れられなかった。「やめたのは、私を含め借金のある農家でした。農協がどうのこうのというより、このままでは借金を返せないという危機感のほうが強かった」——12人の農家と農事



水や養液をスプリンクラーで噴射させる「頭上かん水システム」



8年前に初めて養液土耕を導入したハウス。頭上かん水ではなく、地面の点滴チューブからかん水させるタイプ

組合法人「お花屋さん」を設立した。代表は小久保さんだ。

一気に売り先を失った小久保さんらは、一から各地の市場に営業をかけた。衝突を避けるため、農協と取引のない市場だけを狙ったが、それでも農協が先回りして市場に圧力をかけた。

「でもね。そのおかげで取引が始まったんです」

つまり、圧力をかける必要がある農家イコール実力のある農家ということを市場は見逃さなかったのだ。農協は墓穴を掘り、小久保さんらにとっては災い転じて福となった。

5年目のいま、法人の売り上げはすでに10億円に達する。うち5割は単価があらかじめ決まった契約栽培だ。一般の市場価格より1割は高いという。

しかし、小久保さんはすでにその先の時代をみつめ、行動に移している。それが海外まで視野に入れた産地間のネットワークだ。

年をとつたら 退かないとだめ

他の農産物と同じように、葬儀用の花の市場も急速に二極化が進んでいるという。高品質で高値を維持し

ていくか、回転率を重視して薄利多売でいくかだ。小久保さんは2対8の比率だと見ている。この高品質なマーケットを、組織体としてカバーしている花づくりをめざしている。

13人で始めた「お花屋さん」もいまでは28人に増えた。そのなかには小久保さんの後継者である息子の恭洋さん(24)、他のメンバーの後継者、さらには小久保さんの農場で技術を学んだ研修生も各地にいる。「販売することを前提にした経営を身につけてもらいたい、これからは若い人たち自身の感性で行動していつてもいい。2代、3代と続く経営体にしていくためには必要なことだと思ふ」

すでに小久保さんはそれを行動に移している。海外で4年間研修を受け、昨年帰国した恭洋さんに農場をまかせ、自分は大部分で新たな農場をつくる計画を立てている。「年をとつたら退かないとダメ。自分がいると息子が伸びないからね(笑)」

行政との話し合いが順調にすすめば、今年7月にも動き出すという。現地での雇用も考えており、新たな菊の産地にできればと考えている。

一方、小久保さんは月に1度のペースで中国を訪れている。農家への指導のためだ。葬儀ではコンスタントな需要がある菊だが、特需というものが年4回ある。盆と正月、春と秋の彼岸だ。通常の生産量をその特需にあわせることはできないが、取引先からの注文には何としても応じなければという気持ちもある。そこで、中国に提携できる産地を作ろうとしているのだ。

細かい栽培技術、ハウスの管理方法などなかなか伝わらない部分がある。なにしろ菊をつぼみの状態で収穫・出荷するのは日本しかないことで、それ自体を外国の農家に理解してもらおうのは容易ではないという。「ここができていないと教えても『大丈夫。問題ない』と彼らは答える。なかなか手ごわいですよ」と苦笑いする。

生産者だからこそ築ける 海外産地との提携

ところで、小久保さんらは単に中国に生産拠点を作ろうとしているのか？否である。もちろん、一時的な特需の時に輸入するというのも目的

の一つだが、いまや卸市場が海外から花を輸入する時代だ。農業経営者自らが輸入を手がけて何ら不思議ではない。

以前であれば、輸入も商社経由でやるしかなかった。小久保さんが海外との関係を模索し始めた時もそうだった。「その頃は言葉の壁が厚かったし、提携先を見つけるにも商社を入れざるを得なかった。でもいまは外国語のできる若手も育ってきている。一緒に組んでメリットがあると思える商社でなければ、あえて通す必要もなくなってきた」

だが、彼が中国に進出する最終の目的は「現地での消費を増やすこと」にあるという。「人口が13億人いる中国では、花を買うことのできる人口が10%としても日本の国民と同じ。スケールが違う。PRの方法を考えれば、消費はもつともつと増えると思うよ」

昨今の中国からの輸入農産物の増加に絡んで、「日本の農家が中国の農家に対してよくない感情を抱いているだ

けではなく、開発輸入の負の部分も味わっている中国の農家もまた日本に対してよい感情を持っていない」と小久保さんはいう。「国は違っても同じ農家。心を通わせる方法はあるはず」

小久保さんの農場ではいま、中国吉林省から来た研修生が働いている。中国の研修生は農協など窓口を通じないことには受け入れがなかなかできない。農協と関係の薄い小久保さんのところには派遣されない。なんとか方法はなにかと考え、率直な気持ちをもとめて、なんと小泉首相にメールを送った。すると、即座に対応してくれて受け入れができるようになったそうだ。「いやー、送ってみるもんだよ。周りからは『首相にメール送ったって…』といわれたけど、

やってもいないのに諦めるのはよくないよね」

これまでに50人もの海外研修生を受け入れてきた。朝昼晩の食事は千代子さんが面倒を見る。ここまで読んだ方は、小久保さん夫婦が彼らを「労働者」として見ていないことはおわかりいただけるだろう。小久保さんのなかでは、海外には技術を出すべきではないという考えはない。前途ある若者に誇り高い農家になってもらいたい、いずれは何らかの形で力をあわせられる時が来るといふ思っただけだ。

こうした生産者が日本にはいる。彼らにはセーフガードも不要だし、彼らの前で「日本の農業を守ろう」などという言葉を吐けば一笑されて終わりだろう。「時の流れは大きい。声を張り上げたところで止まるもんじゃありません」（小久保さん）

避けられない国際化の流れから目をそむける農家の行く末は明らかだ。逆に、生き残っていく経営者には、その流れをチャンスに変えてしまう発想、周りの人間を巻き込んで一人一人の気持ちを奮立たせるような力が求められていると見た。



後継者の恭洋さん。会社勤めよりやりがいがあると農業を選んだ