速報 編集長の

オランダ園芸産業視察

取材・文・撮影 昆吉則

国際花きトレードショー（IFTF）会場では、生花を装飾したドレスの美しい女性がレッドカーペットに登場!!



150年の歴史を持つキクの大生産者を訪問。花き栽培で一番肝心なのは育種、つまり商品開発という。



今回のプログラムに参加したメンバーの面々。北アフリカ、中近東、東ヨーロッパエリアが中心だった。



水路はどこも水位が高い。国土の1／4が水面下だが、麦やジャガイモは日本より収量が多い。



花の卸売市場。青果卸売市場は廃止されたが、ここには世界中から買いに来る。

11月初旬、オランダの経済・農業・イノベーション省の園芸産業視察プログラム「Decision Makear's Program」に招待され、オランダに行ってきた。世界13カ国の行政・研究・報道分野の方々と国際園芸見本市(Horti Fair)と国際花きトレードショー（ＩＦＴＦ）などを視察し、懇談の場を持てた。

まず、日本の農業がオランダから学ぶべき点は、文化、政策、技術、そして、農業者自身の覚悟であろう。オランダの青果、とりわけ有力なのは果菜類、特にトマト、パプリカ、ナス、キュウリである。これらは収量も多く、病気に強く、この産品に特化してきている。

だが、広域流通や鮮度管理な物流の容易さを優先させた堅く、おいしくないものも多い。日本農業の「おいしさ」が、世界のマーケットに広く展開していく可能性を持っていることも分かった。

ＩＰＭ（総合病虫害防除）においては化学農薬を使う割合が5％というほどに技術レベルの向上が図られている。ＩＰＭの普及は市場ニーズに応えることでそれが実現できているものの、農業普及改良制度の廃止に伴うコンサルタント間の競争による部分も大きい。

一方、オランダ農業が抱えている問題もある。グローバル化の中で勝ってきたオランダは、主にＥＵ圏で花や野菜を取引している。競合になるのはスペインや北アフリカなどの農業産地だろう。リーマンショック以降、また現在のＥＵ諸国の経済不安を前提に、価格が低下し、マーケットは縮小している。銀行自身が融資を停止したり、貸しはがしが起こったり、中小農業経営者が淘汰されようとしているのも事実である。

さて、ＩＦＴＦにはオランダ自慢の花き生産者が出展者の中心であるのは言うまでもないが、Made by Dutch（オランダ人経営）であるケニア、エジプト、その他の北アフリカや南米、東南アジアなどの各国がそこに出展していた。とりわけ台湾およびタイの胡蝶蘭生産というのは日本の農場がメリクロン（組織培養）をする場所として台湾やタイに技術提供を行なったものである。日本国内にも低価格品として出荷されているが、日本の高級品とは異なるものだ。日本はなぜ出展しないのだろうか？　これまでの豊かで大きな国内マーケットに安住して、その安楽いすの中で自滅している日本の姿を感じてしまった。

その他、次号よりオランダの生産と流通、その産業文化を通じて感じたことを伝えていく。



11月の収穫最終段階のトマト。既に70ｔ／10ａを出荷し、現段階でも葉に全く病気がついていない。



AGCグリーンテック㈱のブース。その他の日本企業はサイエンス・クリエイトを中心とした豊橋の企業のみ。



同ブースに展示したドーム型ハウスの模型（企画：神奈川のグランパ㈱）に多くの人が注目していた。



屋外用の水耕栽培システム（国際園芸見本市にて）。日本には適さないか……。