

走って稼ぐ、それが俺ンち流。

常陸洋らん園

黒澤達也

常陸洋らん園は茨城県ひたちなか市にあり、コチョウランの栽培をしています。私の父を筆頭に、母、妻、弟、そして私と、常時10～12人のパート従業員で取り組んでいます。栽培面積は約4000㎡で、鉢物が中心です。昭和49年に父がカーネーションの切花でスタートし、平成元年にコチョウランに転換、温室を増やしなが現在に至ります。最近では、重油の消費量を減らすため、ヒートポンプの導入（約半分の温室で稼働中。今年度は、未導入の温室への設置を計画中で、現在交渉中）や、温室側面の2層化を終え、現在は屋根の2層化に取り組んでいます。

花卉研を1999年に卒業してすぐ実家に戻り、仕事を始めて早いもので12年半が過ぎました。12年前に比べると、業界は大きく様変わりし、消費の低迷によって販売単価は著しく下落し続けています。12年前と比べて平均販売単価は同等クラスで見たとときに約半分となっていました。そんな厳しい状況の中で見つけた、当園の販売戦略をお話いたします。

自社用トラックの導入

2年前の夏に自社用トラックを導入しました。この頃から市場の評価が大きく変わり始めました。この頃、東京を中心に出荷をしていましたが、出荷量が増えて今までの市場だけではカバーできない状況になってきました。

出荷量が増えた一番の要因は、主力品種であるクリスタルホワイトの歩留まりが著しく良くなったためです。この品種は、花老けや花透けと呼ばれるトラブルを抱えたまま誕生した品種だったのですが、選別を繰り返して現在のように完成されたのがその頃でした。

このような背景があって、新しい取引市場を関西へと考えました。しかし出荷のために、多くの運送会社と協議を重ねましたが、条件面で折り合いがつかず話がまとまりませんでした。コチョウランはデリケートな

花です。温度については冷房と暖房を備え、且つ、ショックの少ないエアサスペンション車でなければ必ず商品が傷みます。そこで思い切って、自社用トラックの導入を決めました。もちろん、コチョウラン輸送の専用車で、関西の市場に荷物を運ぶためです。

関西の市場の評価はまずまずでした。せっかく関西まで荷物を運ぶのだから、車は満載で運びたいものです。今までの取引市場の荷物を減らして、関西へ出荷しました。すると、東京の市場への荷物が減ったために、こちらの相場も安定してきました。当園にとってみれ



写真1 クリスタルホワイト3本立 2L

ば、思わぬ副産物を得られました。この面だけでもトラックの導入はメリットがあったといえます。

話は少し戻りますが、導入を決めたのは2年前の4月下旬でした。関西に出荷するようになったのは7月、この間にも輸送面で多くの動きがありました。

コチョウランの動きが最も活発になるのは3月から4月の転勤、退職シーズンです。この頃になると出荷の荷物は著しく増えます。東京の市場へのお荷物はセリ1回あたり30～40ケース出荷していたものが、急に100ケースになります。

コチョウラン100ケースとは、ほぼ4トントラック1台分です。東京の中央卸売市場のセリ日は火・木・土で、その前日の月・水・金に市場専属の運送会社へ集荷に来てもらっていました。それが、荷物が多くなったことによりセリの前々日の集荷となりました。前々日集荷にはいくつかのデメリットがあり、気が進まなかったのですが、相対取引の増加に繋がるだろうと思い受け入れました。実際のところ、コチョウランの鉢物の約8割は前々日に市場へ入荷しているそうです。

しかし、母の日を過ぎると出荷量が少なくなり、運送会社の一方的な都合で前日集荷に戻されてしまいました。需要の少ない5月の母の日以後から6月下旬までは、案の定、価格を下げました。

東京の運送業者は、鉢物に弱い茨城の前々日集荷を基本的にはしてくれません。運送業者としてもデメリットが大きいのでしょう。

自社用トラックのメリット

6月末、ようやくトラックが届きました。関西の市場へ運ぶために導入したはずでしたが、東京の市場へも運ぶことにしました。もちろん、前々日へ入荷させ、

相対取引に期待するためです。

運賃を考えてみると、ひたちなかから東京までは1ケース約550～600円。車の償却費を考慮しても1回のお荷あたり35ケース以上で採算がとれる計算になります。当時は平均40～50ケースを運び、現在は平均110ケース程度運んでいます。最近では運送業者に頼んだ場合と比較してみると1回当たり3～4万円もコストダウンできます。年間にしたら…。

輸送に関しては、他にもメリットがあります。コチョウランの鉢花といえば3本立がポピュラーなスタイルですが、5本立やそれ以上の規格もあります。今まで高い運賃がかかってしまうために5本立は注文でのみ出荷していました。しかし、今度は自社便のため、自由なスタイルで出荷することが出来ます。5本立を出荷しても運賃を気にすることがありません。また、単価の安いものについては従来2鉢入りで出荷していましたが、1鉢単位で出荷できるようになりました。

運送業者に委託していた時は、輸送傷みが頻繁にありました。業者は運賃を出来るだけ稼ぎたい理由で荷台の箱の中を立体パズルのように隙間無く詰めていきます。苗物と混載するため、荷室は土ぼこりにまみれ、太陽の照り付ける夏の暑い日も雪の降る極寒の日も、過酷な条件のもと運ばれていきます。ドライバーは植物輸送のプロかもしれませんが、コチョウラン輸送については扱い方が丁寧ではないかもしれません。

一方自社便はコチョウラン専用車なため、土ぼこりなどは皆無で清潔感があり、空調も完備されています。専用車はコチョウランの入ったダンボールをゆったりと並べるため、隣の花と干渉することはありません。今までは送付されてくる仕切書に多くの訂正があったのが、自社便になってからは全くなりませんでした。自



写真2 商品の荷姿

社便で運んでいる生産者の話でも、輸送による傷みは全く無くなったと聞いています。

納得できる値がついた

関西の市場への出荷は約3ヶ月で終わってしまいました。関西での市況が悪かったのではなく、東京の市場での価格に納得できるようになったためです。

今までは、前日集荷だったために市場での入荷が前日の夕方でした。そのため、多くの商品がセリにかけられました。それが前々日の夜には商品が市場にあり、花屋は入荷翌日の切花のセリ日に買って帰ることが出来ます。つまり、相対取引できる時間が増えたのです。現在のセリではご存知の通り、高値がつくことはありません。式に表すと

予約注文 ≥ 相対取引 ≥ セリ

となります。「常陸洋らん園のコチョウランは市場に行けばいつでも置いてある」と言う意識が花屋に根付いたといえます。

当園のコチョウランは相対取引しやすいとの評価も頂いています。①規格がしっかりしていて、ばらつきが少ないこと。つまり、商品を見なくても規格の情報のみで購入できること。②大振りでもなく小ぶりでもなく、扱いやすい中間サイズであること。③見た目の綺麗さ。仕立ては好みもあるとは思いますが、ばらつきが無く統一されたスタイル。また、花を包む和紙の丁寧さ。この3点が挙げられます。

写真1はクリスタルホワイトの3本立2Lで、当園でもっともポピュラーな商品です。10～11輪の組み合わせで延べ31～33輪程度になります。最近は1本あたり20輪程度を咲かせるコチョウランが多く出回るようになってきた状況からすれば、決して豪華な商品ではありません。むしろスタンダードすぎるくらいでしょう。

そんなスタンダードなコチョウランを買ってくださる花屋さんが、声をそろえて言うのは、「ヒタチのコチョウランは扱いやすい」です。「宅配の箱に入れやすい」とか「同じものが10鉢でも20鉢でも揃う」という話も耳にします。そして何よりこのクリスタルホワイトは長持ちします。開店祝いでコチョウランが並ぶと、最後まで咲いているのが当園の花です。そんな点が花屋さんにうけているのでしょうか。

ドライバーは父と私

市場への荷物は、父と私が交代で運んでいます。日中、出荷の準備をして、夕方積み込み、その後トラックを

走らせ荷物を降ろして、帰りは23時です。市場での荷物降ろしの際に、番号の入ったステッカーを貼ってもらう（既に相対取引で販売されている印）と、「今日、頑張っって車を走らせてきて良かったなあ」と思います。

世間的には「ドライバーを雇って、自分達は本業に打ち込んだ方がいいのでは？」と言われるそうですが、自分達で市場に行くことに意味があると考えています。市場に行けば他の生産者の商品が見られます。流行りは何か、新しい品種はないか、出荷量はどのくらいなのか、いろいろと見て感じることができます。また、市場の担当者や買い付けに来ている花屋との話も出来ます。相手側の要望を聞いたり新しい品種を売り込んだり出来ます。市場にはいろいろな情報があり、自分達の今後の動きを考えさせられます。

今年、サマーセミナーに参加しました。今年のテーマは「変貌する売場（ナマ）の声を聞け」でした。そこで強く感じたことは、生産者と花屋のコミュニケーションです。私にとって、市場が花屋とのよいコミュニケーションの場になっています。

忘れられない注文

今年の2月にこんな注文がありました。市場を通してよく買ってくださっている花屋さんからの注文で、ある雪深い温泉町にコチョウラン120鉢を届けて欲しいと依頼がありました。用途は町の偉い方が亡くなったので、町ぐるみでの葬儀に供えるとのこと。2月の



写真3 自慢の愛車 今日も稼ぐぜ！



写真4 荷室の様子

相場の安い時期に大量の注文が入ったのです。こんなうれしいことはありません。

ただし不安もありました。乗用車でも行ったことのない町に、しかもトラックで、しかも、おそらく雪道。更には、120鉢とは自社用トラックでちょうど満載の数量です。そこに、苗物を少々混載するというのです。場合によっては車2台で行くことになるかもしれません。積み込んでみるまではわからないのです。不安を抱えながらも、得意先からの注文でしたので引き受けました。

納品時刻の指定もあって、早朝5時の凍えるような寒さの中で積み込みを開始しました。前日に受け取った苗物をまず先に載せ、四苦八苦しながら、全ての荷物を積み込むことが出来、早速出発しました。全行程で250km。残り50kmから雪が降り始め、残り10kmの山道は猛吹雪。更に進めば風が強まり地吹雪が起きて視界が1m程。登り坂でしたので、車を止めてしまえば再発進不可能という状況の中、ようやく目的地に到着しました。

現地は零下10℃、フロントガラスが凍り付いていました。そんな寒さの中でも、断熱+暖房の効いた荷室内はコチョウランにとって最適な20℃前後を保っていました。幸い、荷降ろしに苦勞する事無く、多くの現地スタッフの手伝いのもと、寒さに当てることもありませんでした。聞けば、今年一番の大雪のだそうで、現地の人でも困り果てていました。私にとって一生忘れられない仕事のひとつです。

このような注文は、①商品に信頼がおけること、②運ぶ手段を持っていること、この二点をクリアした生産者に回せるのだと思いました。花業界専門の運送業者にコチョウラン120鉢+苗物少々を積載する、冷暖房付きの4トントラックはありません。トラック2台

か大型1台では運賃が高価になってしまいます。当園のトラックについてよく知っていた花屋さんとのコミュニケーションが生んだ注文だったといえます。

「コチョウランは長持ち」のイメージ回復

私には花業界の相場の変動はコチョウランについてしかわかりませんが、景気のいい話はほとんど聞こえてきません。世間の景気が悪いから価格が下がる、売れないから価格を下げる。この流れは現在も止められません。

コチョウランについては、供給過多が原因で値崩れしています。市況が安いからコストをかけずに三流品を作ってしまう、そのような粗悪品が流通するからさらに輪をかけて価格が下がる悪循環を感じています。

数年前までは「コチョウランって長持ちだよ。値段が高くても2ヶ月間は平気で咲いているから安い買い物だよ」、そんな消費者の声をよく聞きました。しかし、現在の粗悪品は手間が掛けられていないために、花が長持ちせず、すぐに萎れてしまいます。「コチョウランは値段が高い上に全然もたない」、こんなイメージに変わりつつあるようです。

私が目指すことは、第一に粗悪品を作らないこと。見た目の派手さよりも、花が長持ちで丈夫であること。クレームの無い安定した商品を作ること。第二にコチョウランの正しい管理方法を花屋や消費者に広め、コチョウランはとてもし長持ちというイメージを回復させること。第三に花業界の消費拡大への活動。身近なところでは消費者の訪れる品評会への参加と考えています。

これらの活動は簡単なことではありませんが、長い目で見たときの自分達の将来と業界の将来を考え地道に努力しなければならないと考えています。