

# 広島の花市場として～産地開拓～

株式会社花満

寺下貴之

## 自己紹介

私は広島県広島市出身です。山口県の高水高校在学中に同県の長州カーネーション組合農家で研修しました。高校卒業後は、千葉大学の園芸学部園芸別科に入学し、在学中は花生産、物流、販売について学びました。とりわけカーネーション栽培について研究し、卒業しました。20歳で株式会社花満に入社し、下積み時代を終えて23歳でセリ人デビューしました。その頃は鉢物及びバラ、季節花を扱っていましたが、25歳で洋花担当に異動し、28歳の頃には切花の洋花レーンの内、1レーンを担当するようになりました。それから34歳までは主にガーベラやトルコギキョウといった洋花を販売担当していました。その後、洋花の課長に就任し、現在に至ります。

## 弊社紹介

株式会社花満は、広島市中央卸売市場として、大正10年に設立しました。切花・鉢物・植木や盆栽等を扱う花卉市場です。社長は業界としてはまだ珍しい女性で、正社員は約45名、他従業員約20名で業務にあたっています。弊社所在地は広島市西区の商工センターにあります。他に魚や野菜の卸売市場もあり、中国地方の「台所」にあたります。一般消費者にとって、市場が扱う生鮮品というと、魚や野菜のイメージが強くあるようですが、花卉もそれにあたるというイメージはありません。野菜と同じように花卉も土ものですから、デリケートな生鮮品です。

弊社取扱い金額は年間で約64億円です。この金額は全国的にみても上位にあたり、中国地方ではトップの売上金額です。その内訳は、鉢物部（植木や盆栽等を含む）は約20億円、私の所属する切花部は約40億円です。

## セリとは

弊社のセリはイメージの強い手で値段を指すセリではなく、機械でのセリになります。弊社には全6レーンあり、各レーンに大きな電光掲示板が設置されてい

ます。そこには誰の何が何本、何ケースあるのか表示してあり、その上には大きな半円の指標があります。弊社は単価を下げていくという下げゼリですので、セリ人がその半円の最大単価を設定して、売りたい値段を設定すると機械の針がその値段に沿って下りてゆき、花屋さんがここだというタイミングで落札します。

例えば、セリ人はガーベラを50円で売りたいとします。半円の指標の最小単価は0円ですので最大単価を100円に設定にすると、半円になっている指標の真ん中が50円になります。セリ人によって売り方に個性があるので一様ではありませんが、狙った50円で売れるようなセリ方をします。もちろん、それが55円になつたり、45円になつたり、はたまた20円になるかもしれません。そこは相場だから、と言わればそれまでですが、セリ人次第で単価が左右されることは事実です。責任を持って1つ1つを販売しています。

6レーンある中でいかに注目を浴びて販売しやすくなるかもセリ人の腕です。注目されるようなパフォーマンスをする、声を張って訴えるなど、同じ会社の仲間であってもセリ場は雰囲気がガラッと変わります。注目された者勝ちというところは少なからずありますので、セリ人同士での戦いでもあります。いかに相場を作りあげるか緻密に計算しながら、またセリ場の雰囲気を読みながら単価の落としどころを決めています。

こうして、各セリ人の抱える想いがセリ場を作っています。

## セリ人としての仕事

市場の花形はやはりセリ人です。地方卸売市場では必要ありませんが、中央卸売市場でセリ人になるには、丸3年間の業務実績及び市から与えられるセリ人資格が必要となります。セリは派手なものでありながら、実に繊細なものです。何故なら、生産者さん・花屋さん・弊社の生活を背負った場だからです。従って、1円2円を大事にやり取りしています。

昔は商品が全てセリにかかるていましたが、時代と共にセリの前日に約7割の商品を販売するようになり

ました。現在では、セリ前日に生産者さんから何を出荷するのかFAXしていただいて弊社でデータにおこし、それを基に花屋さんや仲卸さんに販売します。そしてその販売したもの以外を翌日のセリにかけます。セリが終わると生産者さんに電話し、市況や注文、商品の状況や他市場の状況について等を話します。これが大まかなセリ前日とセリ日の流れです。その流れを弊社の切花部は週3日（セリ日が月曜、水曜、金曜）、鉢物部は週2回（セリ日が火曜、木曜）行っています。

他にも産地への圃場視察、販売反省会議、出荷計画会議、販売促進会、イベントへの参加（フラワーフェスティバル等）、花屋さんへ視察等の仕事もあります。繁忙期にこれらの仕事を入れるのはなかなか難しいですが、閑散期になると出張の機会が非常に増えます。従って年中忙しいですが、これらの仕事も欠かすことはできません。生産者さんの中には「君が担当なら出荷するよ」という方が少なくないからです。「市場だから」という前提より、気に入ったセリ人だから出荷する。セリ人によって、会社の看板の大きさが変わってくるのです。一担当者としての個性と資質が必要になるので、市場は人材が最重要であるといえます。同時に、セリ人は会社を左右に振れる底知れぬ力と責任を持ち合わせているともいえます。



生産者、市場、花屋で種苗会社に

## セリ人は生産者さんと花屋さんの架け橋

市場の人間、とりわけセリ人として、常に心掛けて

おかなければ大事な仕事といえば、需要と供給のバランスを保つことです。ですが、機械等のモノとは違い、根本は自然が相手の生業ですので、そのバランスを保つことは難しいのが現実です。従って、需要と供給のバランスを保つ「量」は操作しづらいところですが、その「内容」のバランスを操作することはできます。例えば、私の担当品目一つであるトルコギキョウでいうと、お客様の多くが「白いトルコギキョウが一定量必要である」とわかっているれば、生産者さんが定植する前に「次期に白いトルコギキョウを多く植えて欲しい」と言えるわけです。一定の需要がある人気品種を予想して植えてもらっているのも、セリ人としての腕の見せどころです。他にもこんな品目の需要があるとわかっていていれば、産地の標高や生産者さんの癖等を考慮し、作付してもらうことも重要です。

現在、そしてこれから問題は、「生産者が減っている現状をどう打破するか」です。これからTPPはどうなってくるか、前述の通り経済低迷により需要が減っていることも問題ですが、加えて生産者の高齢化と次世代の生産者の枯渇化が深刻です。時代や景気が背景にありますが、業界として年々縮小傾向になっていることは事実ですので、毎日の業務に加え、これから先、業界をどう次世代に繋いでいくのかということも私たちに課せられた業務であり、私たちにしかできないことがあるはずです。

第一次産業はどの業界も全体的に高齢化と次世代がない問題が長年挙げられていますが、花卉業界も他人事ではありません。第一次産業が就業候補に挙がりづらいのは何故でしょうか。

## 業界の悪循環

生産者さんは1円でも高く売りたい。花屋さんは1円でも安く仕入れたい。消費者さんは安く良質ものを買いたい。景気による消費者さんの買い控えで、花屋さんは売価を高くするか薄利多売の2極化になります。売価を高くするとロスが増え、量を買わなくなるので厳選商品だけになり、商品のレパートリーが減ってしまいます。薄利多売だとロスは少ないですが、もちろん利益率が下がり、量を多く扱うことで人件費や経費がかさみます。花屋業界でも経済格差が出ているのが現状です。そこで有力企業が薄利多売ばかりに走ると、生産者さんに単価を返すことが難しくなり、生産者さんが花卉農業を辞める、市場を介さずネット通販で直に消費者さんへ販売する、次世代就農者が減ることへ繋がります。

極論ではありますが、市場へ出向いて自ら売り込みをかける生産者さんが増える一方で、このような生産者さんも実在するのです。花屋業界にも花卉就農者にも経済格差が生まれると、業界全体が縮小傾向に陥ります。すると私たち市場関係者も困窮し、結果的には共倒れすることになります。

## ストップ！小さなことからコツコツと

そこで私たちの大きな役割が生まれます。悪循環を食い止めるために、私たちが単価調節、需要と供給バランスの調整、産地開拓という仕事に取り組みます。弊社市場全体として、花屋さんと生産者さんを繋ぐ商談会を毎年何度か開催していますが、距離・時間の関係で来場できる花屋さん、生産者さんは限られています。関わる人々が皆一様に参加できるものではありません。一担当者としてできることは限られますが、できることをコツコツと行わねば全体が変わりません。未来に残る産地を花屋さんと共に協力し、信頼し合える関係を作っていくなければなりません。私が実際に行った産地開拓の例を以下に2つ紹介します。

### 新規開拓①

T氏は今年25歳の青年で、広島県の江田島市出身です。最短でも、戸籍を作り残すようになった江戸時代頃から続いている農業家系です。彼の父親は、花と野菜を栽培していて、長年弊社とも付き合いのある仲です。その縁からT氏は弊社に「研修」という形で2年間働いていました。

彼は研修を終えた後、何の花を栽培するのか決めかねていました。そこで私はある日、彼を連れて九州のとあるトルコギキョウ農家に出向きました。実際の栽培風景を見て、彼は感動して「コレだ！」と、トルコギキョウを栽培するという目標を立てました。私の担当品目であるトルコギキョウを選択してくれたので、私の持つ知識や経験、彼に利益を出すためのノウハウを教えました。

1つの品目だけでハウスを回すには、回転の関係で空白ができるリスクが伴います。彼の生産者としての相談を受けるにあたり、トルコギキョウを作るなら一緒に金魚草も作付するようにと伝えました。彼のハウスは2反（約600坪）あり、大きく4つのブロックに分けて、内訳は金魚草を1ブロック、トルコギキョウを3ブロックとして作付しました。金魚草は回転が早く、30~40日で咲きます。トルコギキョウは時期をずらして定植し、トルコギキョウの作付本数は約2万本

にしました。

生産コストというものは非常に高価です。海沿いのハウスをリースしているのですが、高価なオランダ式ハウスです。年間リース代約70万、電気代や水道代等を含めると100万という桁もすぐです。



開拓事例①のハウス1



開拓事例①のハウス2

加えて寒くなると暖房費、作付するにあたっては種子代（例えば、1,000粒あたり15,000円等）、冷房費、人件費…様々な経費がかさんできます。ただ、彼の場合は運送会社に委託し荷物を送るのではなく、自車での持ち込みなので、運賃コストを下げるることができます。運賃コストは全国的に年々高騰傾向で、運賃コストによっては送荷が困難となる産地もありますので、これはかなりの強みとなります。1本あたりの単価がいくら適正価格であったとしても、運賃コストが乗ると高価になりますので、花屋さんも手を出しづらくなります。運賃コストが低いことによって、花屋さんに良質な商品を求めやすい価格帯で提案することが可能になりました。

以上により、安定した品質と価格を納めることができる新規の産地開拓に成功しました。

### 新規開拓②

弊社は、以前から夏時期にカラーが入荷されないことが挙げられていました。古くから長野県や新潟県な

ど、カラーの産地が現存しますが、産地と弊社を繋ぐ陸送の便がなく折り合いがつかないため、出荷していただくことが出来ませんでした。そこで私は夏と秋にカラーを出荷できる場所を何か所かピックアップし、条件として、夏場でも高温にならない標高600m以上の場所であり、若い生産者さんが多く産地として残ることを加味し、島根県の雲南町生産グループへ栽培していただくようお願いしました。

当初は、カラーの葉も組んで出荷していただくことで付加価値を付けて販売するという、他産地にない取り組みをしていました。しかし、近年は時期的に婚礼需要が多いことから、婚礼に必要な葉入りの出荷をやめ、需要が多い品種に変更しました。良質なカラーを栽培するために高価な球根をヨーロッパから輸入しているので、シーズン毎に販売単価を変動させて採算を合わせています。



開拓事例②のハウス1



開拓事例②のハウス2

## 花卉の持つ力

近年、花卉の持つ力として様々な研究結果が発表されています。効果が高く注目されているのは、ストレス軽減効果があることです。例えば、芳香の強いバラを嗅ぐことや花卉眺めること（造花のような偽物で

は効果が全くみられないようです）、森林での散歩等、どれだけの効果が認められるのかを私たちは勉強していますし、ネット検索するとたくさんヒットするくらい身近なものです。この研究については、業界をあげて消費者さんに浸透するよう努めている段階です。

花卉とは水や食べ物のようになくては命の危機がある、というものではありませんが、水や食べ物は健康面、花卉は精神面を支えるといった、実は必要不可欠な存在であることを知って欲しいのです。精神的健康を保つことで、身体的健康も保てます。ストレス社会と呼ばれる現代において、精神的に侵されると万病のもとになること、これを未然防止することはかなり大事なことだと言えます。健康寿命、という言葉が浸透してきて、いかに健康である期間を長くするか注目されています。花卉はそれに一翼する事実を皆さんに知っていただくために、これからも花卉の持つ力について、研究が進んでいくことでしょう。

## これからのお花業界

繰り返しますが、これから先、第一次産業である生産者さんの高齢化及び若年層の購買力低下等に伴って、業界は縮小していくことが懸念されています。しかし、私たちにできることはあります。私たちが私たちに課すべき問題、課題はたくさんあるのです。新しい文化を築いていくのも私たちです。世の中にはたくさんヒントがあって、どれだけそのヒントを答えに変えていくのかが問われてきますし、これまでもそうして花卉の歴史が築かれてきました。私たちはどのような歴史を築くのでしょうか。どのような楽しい花卉との生活を提供できるのでしょうか。

生産者さんも花屋さんも市場も、生き残りを懸けた日々を送っています。既存のモノ、コトを大切にしながらも、新しいモノ、コトを社会に披露できるように思案しています。それは業界に関わる人々が皆より良い環境づくりを求めているに他なりません。また、社会にはそれに応えてもらわないとなりません。私たちが動き続けて訴えていく限り、社会も動き続け、それが私たちにとっても良い方向へなると信じています。

これまで花卉業界に関わってきた方々には感謝を、現在とこれから関わる花卉業界の方々、花卉を愛する皆の生活と心がより豊かになるにはどうするべきかの模索を…。だから花卉業界は楽しくやめられないのです。市場としての役割を全うし、皆さんの生活に心の豊かさを提供できるように、業界の活性に繋がる私にできることをこれからも努めていきたいと思っています。