私と家業の回顧録

有限会社三浦園芸 三 浦 基 彰

子どもの頃 (1970年代)

私は、愛知県岡崎市牧平町(旧額田郡額田町)という中山間地域に生まれ育ちました。小学生の頃は、学校から帰宅するとすぐに野山へ遊びに行く日々を過ごし、昆虫や動物、植物が好きで、採取や飼育をひっきりなしにしていました。

先代(父)は私が生まれてから脱サラをして、シンビジウム農家で2年半の研修後、三浦園芸として独立しました。シンビジウムの生産は1年半という長期間かかるものの、限られた時期にしか収益がないということで、比較的周年出荷できる観葉植物の生産に転向しました。当時は、国内で流通していない植物を商品化すれば売れるという、いい時代でした。しかし商品がヒットすると他所の農家がそれらの導入や生産を後追いすることで商品過多に陥ります。商品価格の乱高下を幾度も繰り返しました。

平野部と比べると中山間地域は冬場の気温が低く、 暖房費の負担が大きくのしかかります。他所の商品との 差別化をするにはどうすればいいのか!?

作目で勝負しても真似をされたら価格下落の繰り返しになると先代は悩んでいました。そして、栽培方式から根本的に変えることはできないかと模索していた時、運良く商社から「土を使わない栽培」が海外にあるということを紹介してもらい、ヨーロッパ視察で出会ったのが、「ハイドロカルチャー」です。これが三浦園芸の転換期となったのです。

学生時代(1980年代後半)

春から秋にかけて、自宅の庭には温室から出した植物が並べられていました。それは生育期に直射日光に当てて、健康にするためや仕立て直しなどが目的でした。

ある日、自宅のリビングに置いてあった園芸雑誌かインテリア雑誌を見た時、自宅の庭にあった植物が掲載されていることに気が付き、親に聞くと、それは家から出荷された植物に間違いないというのです。自宅の庭にあった植物が、おしゃれな雑誌に掲載されていた。そ

れがカッコイイと刺激を受け、自分も同じことをしたいと 思ったのが、家業を継ぐきっかけとなりました。

普通科高校を卒業し、1987年4月に入学、園芸別科の花卉を専攻しました。下宿先はキャンパスからほど遠い茨城県竜ケ崎市のアパートだったので、竜ケ崎駅から松戸駅まで30分かけて電車通学をしていました。国鉄がJRに変わったのもこの年です。

いざ学生生活が始まると、農業高校を卒業した同級生は農業の基本を学んでいるため、技術を持たない素人の自分には不安でしたが、それもすぐに慣れました。専攻の花卉では、そこは「花組」と呼ばれていて、まるで宝塚や保育園のクラス名!?と思いつつも、そのネーミングは私のお気に入りとなりました。



戸定祭の準備中をする花組のメンバー (1987 年 11 月 1 日)

当時の学生時代はバブル絶頂期であったためか、とにかく飲み会が頻繁にありました。学生なので限られた仕送りの中で飲み代を捻出するため、講義が終わるとアルバイトへ行っては小遣い稼ぎしていたことを思い出します。花部屋(花組が使用していた部屋)や松戸駅周辺で打ち上げなどの飲み会をよくやったことはよい思い出として、今でも記憶に残っています。最近の学生たちでは考えられないほど、飲み会やコンパをしていたものです。

そんな学生に早朝当番の重要性を教えてくれたのが、 花卉の I 技官でした。沖縄出身の酒豪の方で「どれだ け遅くまで、どれだけ量を飲んでも翌日の早朝当番に絶 対に遅刻はするな!」と叩き込まれたことで、在学中の 飲み会の翌日は無遅刻、無欠席を守れたのです。そん な当り前のことを技官がきちんと実践して教示してもらえ たことにとても感謝しています。



温室内での作業風景

実習の時には、必ず農場内の除草をしてから本実習が始まる流れとなっていました。当初は除草ばかりさせられるという面倒な気持ちもありましたが、病害虫防除や栽培管理の観点からすれば重要な作業であることは言うまでもありません。助手のW先生からは「水やり」と「水かけ」の違いを教えてもらいました。実際に営利で栽培をしてみないとなかなか分からないことですが、今では社員に同じことを教えています。どちらも植物を栽培する上では基本中の基本なのですが、栽培いろはも知らなかった私は多くことを別科の実習や当番などを経験しながら、基本を習得していきました。

キャンパス生活では敷地内に「浩気寮」があり、下 宿通学生であった私は、そこに入寮していた同級生のG 君の部屋に入り浸りでした。そのため私は「半寮生」と も呼ばれていました。講義のない空き時間は寮で、将 来のことや植物について、同級生だけに限らず本科生と 会話ができ、有意義なひとときを過ごしました。

現在のように携帯やスマートフォンが無かった当時、寮に電話があると館内アナウンスで「○○君、電話です! 至急、来てください!!」と「○○君、お電話です! 至急来てください!!」の2パターンのアナウンスがありました。電話当番の学生のいうことには、「電話」に「お」を付けるか付けないかで、男性か女性なのかが分かるとか。このような寮生活のおもしろい一面に触れたことを覚え

ています。

就農後(1990年代~)

シンガポールでの1年弱の研修を終えた私は、ヨーロッパや中南米を視察した後、就農してすぐは700坪ほどだった農場に1,200坪を新増設しました。現在では自社農場5カ所、水耕栽培温室と土耕栽培ハウス、親木室など総面積で6,500坪までになりました。また、国内外に3軒の協力農場があり、栽培品目は130種類以上、鉢のサイズも10サイズ以上取り扱うようになりました。

市場外流通で観葉植物を北海道から沖縄まで、各ホームセンターへの宅配は運送業者に依頼し直送しています。ハイドロカルチャー導入時に市場が取り扱ってくれなったことや近くに集荷場がなかったことで、宅配業者に委託して直送せざるを得なかったことが逆に各店同時配送を可能にし、多店舗展開する量販店との取引ができるようなりました。量販店と取引する上での絶対条件が、JANコードの登録やチェーンストア伝票の貼付、品種指定、各店直送などであり、ひとつずつクリアーしていきました。

転換事例

ここで、当社にとって大きく転換となった事例をいくつ かご紹介します。

①土耕栽培からハイドロカルチャーへの転換により、国内にはない栽培方式を導入したことは大きな反響がありました。

②それまで陶器製の化粧鉢を使用していたものを、上部はカラフルな色付きで下半分を透明な樹脂で二重構造にした底面給水の鉢を開発したことにより、見栄えが良くなった上に管理も楽になり、商品単価も落とせたのです。水の量が見える安心感と色合い、形が丸みを帯びていて親しみやすく当社の大ヒット商品となりました。発売開始後、300万鉢以上を販売してきました。

③販売方法を単一の商品ごとの提案から、ハイドロカルチャーの売り場全体の提案へと変えたことです。「プールベンチ」と呼ばれる水が循環する什器を開発し、水耕栽培の苗と化粧鉢を分離して販売することができたことで、お店には水やりの手間が省け、お客さまにとっては好きな植物と好みの器を組み合わせることによりオンリーワンの商品を入手できるようになったことです。



ハイドロカルチャーによる観葉植物栽培の様子



水量のみえる鉢「ビビ」 左:モンステラ・デリシオサ 中央:アグラオネマ'マリア' 右:ドラセナ・サンデリアーナ白



水が循環する什器「プールベンチ」が設置された店舗

その他取り組みなど

10年ほど前になりますが、原油の高騰により、 地元の間伐材を用いた薪暖房を導入しました。 それにより3割ほどのコスト削減ができました。 二酸化炭素の削減にも貢献でき、林業の困りご とであった間伐材の有効利用にも繋がりました。

新設の農場を建てた際には、就農前にヨーロッパへ視察に行った時のことを思い出し、水道水の使用量を考慮して雨水の利用を進めようと、施設に降った雨をすべて回収するための 400t の地下タンクを設置しました。たまった雨水をろ過して農場内の灌水に使用することで、設置費用を年間の水使用量から計算すると 10 年ほどで償却できました。

地元の信用金庫の勉強会で瓦メーカーと知り合い、国産の色付き園芸用土の共同開発をして、 海外のリサイクルされたガラス製の食器と組み合わせた商品を雑貨店で扱っていただけるようにもなりました。地元の異業種産業と結びつき新たな販路の開拓につながりました。

SNS から感じること

海外出張先として東南アジアへ行くことが多い中、訪問先で興味のある植物や欲しい植物について尋ねると、そのほとんどが日本から導入したものという返答なのです。しかし、私が海外から買い付けた植物は展示会や販売会などでは反応が薄くて売れず、それらの植物を虚しく持ち帰ることを繰り返すことが幾度もありました。

ある晩、テレビ番組で SNS を活用して売り上げを伸ば したという事例が取り上げられていました。そこで、今 までお客さんに反応が薄かった植物を SNS で紹介して みたいと考え、番組で取り上げられていた Facebook と Instagram をその場にいた息子に頼み、登録してもらい ました。

いざ始めると、巷でささやかれる情報発信力や、海外、業界の情報が瞬時に見て取れるなどの実感が得られ、それと同時に友達申請や問い合わせが増えました。初心者の私に周囲の人からは写真の撮り方が下手!や、フレームアウトしているなど。いろいろ指摘を受けましたが、私の目的はあくまで野生種や品種の判断がしやすく、特徴のある部分を拡大撮影して紹介することでしたので、あまり気に留めませんでした。あるところでは、販売アピールなのか写真の転用防ぐためか、植物写真に価格を表記していることもありますが、私は植物の美観を損ねることをしたくありませんでした。事実、植物名(#学名)と写真を紹介するだけでも問い合わせが入ってきます。

※ご興味のある方は Instagram アカウント名「motoaki_miura」からご覧ください。

様々な人がいつ、どこからでも検索して、商品の問い合わせや注文、支払いを手軽にできることは説明するまでもありません。従来の商流である海外から輸入し、栽培して国内に販売するだけでなく、SNSでの情報発信によって収集植物の価値を理解してくれる人、あるいは欲している人たちに提供ができればいいですし、便利なツールは有効に活用すべきだと思います。

実際、Instagramへの問い合わせを見ると、植物好きに国境はなく、時には日本人よりも海外の方のほうが植物の価値を分かってくださると実感させられたこともあります。そして、外出自粛に伴うネット利用者が増加していることも踏まえ、積極的に SNS を活用した情報発信をして、早々に海外の協力農場から依頼者のもとへ直送できるようにしていきたいと考えております。

コロナウイルスの発生、そして・・・

2020年1月頃から中国より発生したとされる新型コロナウイルス(COVID19)が徐々に世界中に広まり、日本でも感染拡大をみせるようになりました。

今年3月には緊急事態宣言が発令され、不要不急の 外出自粛、飲食店などの営業自粛、イベント会場の入 場制限など、社会に大きな影響を及ぼしました。海外では「ロックダウン」も起きるほどでリーマンショックの時にはロックダウンの事態は起こらなかったことからすると新型コロナウイルスの方が甚大な被害をもたらしていると痛感します。

海外から完成品 3 割、苗を含めたら 8 割ほど輸入している当社としては、航空便が $1/3 \sim 1/4$ の減便になったほか、国内への航空窓口が東京都と大阪府のみとなり、輸入が不便になった挙句、航空運賃が $3 \sim 4$ 倍に高騰するなどの影響を受けました。

一方、おもな販売先であるホームセンターは営業自粛対象から外れました。外出自粛により自宅で生活する時間が増え、掃除用品、電動工具、野菜・花苗の需要が伸び、昨年対比が150%~200%の伸長率を出している店舗が数多くあると聞いております。その影響で園芸もけん引され、需要が伸びています。これはアメリカやヨーロッパの知り合いに聞いても、野菜苗、花苗については同様の現象が起きているそうです。そして、切り花か鉢花かによって命運が分かれているのも、事実のようです。

現状、ワクチンや特効薬が出ていない中では、不謹慎といわれるかもしれませんが、不要不急の外出を控えざるを得ない中で、自宅での生活時間が長くなり、植物へ少しでも目を向けてもらうきっかけになったのではないかと感じています。

さまざまな業種の展示会が感染予防のため中止となり、代わりにネットでの販売に変えてみたところ実展示会よりも売り上げが伸びたとの話も聞かれます。

コロナウイルスの早期終息を願うとともに、今後園芸業界で名声を得ている園芸学部を卒業された皆さんのお知恵を集結。園芸に目を向けてくださったお客様を繋ぎとめられるよう、今日の便利なツールを生かしつつ、飾り方や育てる楽しみやアフターケアを提供し、生産側や店舗とお客さまの結びつきを深くしていければと思います。

そして近年、地球温暖化によるものなのか分かりませんが、自然災害(台風、地震、大雨など)が猛威を振るい、施設園芸にも大きな被害をもたらすようになっています。

自然の猛威に私たちは無力だと思うこともありますが、 今後は自然災害対策も頭に入れながら微力でも知恵を 絞り、お客様が喜んでくださる植物や商品を提供してい きたいと考えております。