



## 最先端技術を導入

平成2（1990）年頃、さらに需要増を見込んで、年間5作とした。わずか200坪の温室で、年間60万本以上のチューリップを出荷。そのために必要な技術を開拓した。

もちろん、密植できるコンテナ栽培である。6坪の低温処理庫4室に、球根を植えつけたコンテナを天井まで高く積み上げる。それぞれの品種特性にあわせて各室で温度処理を行い、発根、発芽させ、順次温室に入れて開花させる。

平成6（1994）年、オランダで水耕栽培をみた。コンテナ栽培より2～3日栽培期間が短くなると聞いて、これだと思った。

平成7（1995）年、水耕栽培用パネル200枚をオランダに注文し、試験栽培を始めた。液肥、冷蔵温度、経済性の高い品種の選定、栽培時期ごとの温度管理など、オランダでもまだ試験中という時期である。生産レベルで、出荷しながら試験してしまおうというわけである。お陰でオランダより先に、水耕栽培の目途がついた。冷蔵温度は9℃ではなく、5℃だった。オランダから逆に視察に来た。

## 売る努力が必要

市場任せではいけない、販路開拓も経営には重要である。ホームセンターのジョイフルホンダとの契約栽培もやってみた。価格破壊である。チューリップ1本、卸値70円で100円で販売。こちらは安定して販売でき、こちらは出荷作業がラク。双方に利益があった。一時は生産量の30%を目標とした。

平成9年には80%が水耕栽培となった。コンテナより密植でき、10月出荷も可能となった。そして、『パワーチューリップ』を売り出した。水耕栽培のまま、球根をつけて出荷するものである。切花より3～5倍も花持ちがよく、花が咲き終わったら土に埋めて球根を育てれば、2倍楽しめる。パテントもとったが、ガラス容器のことを考えると大変であった。

消費者を惹きつけるために、新品种の導入も心がけた。同じ品種でもネーミングで売れる場合があるからおもしろい。白花の‘エンペラー’という品種を‘富士’に変えたら売れた。売るための戦略が必要である。

さらに水耕栽培に特化して、生産量を増やしていき、ピーク時は年間200万本にもなった。農業の近代化である。チューリップの切花生産は2次産業、球根の加工業と考えた。しかし資金もかかる。自らの位置をしっかりと確認しての行動である。

## 農業振興にかける

昭和38（1963）年、八郷町花卉園芸組合長を引き受け、八郷町にチューリップの栽培を広めた。生産者は8人となった。

さらに翌年は、茨城県花卉園芸組合連合会副会長、昭和59（1984）年には八郷町農事実行組合協議会会長、（社）茨城県花卉園芸協会副会長、昭和63年同会長。そして現在は顧問を引き受けている。果樹と花卉、両方に関わり、それらの振興のために、いろいろな改革にも携わった。

会長就任当時、茨城県の花は、キク、枝もの、グラジオラスを栽培する農家が多く、さらにバラ、カーネーション、トルコギキョウ、ユリを栽培する農家が増加しているという動きがあった。京浜市場に近く、産地は県内各地に点在。個人、任意組織で出荷していた。

平成2（1990）年には大田市場が開場して、大型流通の時代がやってきた。産地は組織販売力を強化しなければならない。同年、土浦市のグラジオラスが銘柄産地に指定されたが、さらにカーネーション、バラなどで花卉銘柄化推進事業を行い、県単位の生産出荷体制の整備を農協中心に行った。その他の品目については品目別に生産者の組織を育成し、共同出荷体制を確立するように心がけた。

## まだまだ現役

確かに、出荷する、資材を購入するなどは、共同で行うことにメリットがある。しかし農業は本来、個人の責任で、自由に、やりたいことをやるものである。農協、市場、スーパーなどの大手量販店などに支配されて、みんな一緒にというものではない。

そのためには、常に「歩く、見る、聞く」ことを怠らず、正規軍の位置を確認し、自分の位置を的確に知るべきである。

そこで、チューリップの切花栽培の生産量を今年は半減した。ユーロ高で球根が高い。地球温暖化も気になる。そもそも花が売れない。現在、花の市場は飽和状態にあり、生産調整が必要な時期と判断した。撤退はすみやかに行うべし。これも経営である。だが、我が「歩く、見る、聞く」は継続中である。

平成7（1995）年、花葉会賞、茨城県知事賞をいただいた。自由に、やりたいようにやってきた農業経営だが、これも、縦横に、幅広くおつきあいいただいた皆さまのお陰と、深く感謝しています。ありがとうございました。

（文責 編集部）