

高知で蘭作りゆうよ

有限会社森尾花園

森 尾 大 次 郎

私は高知県南国市で洋蘭栽培をしている有限会社森尾花園の二代目です。ハウスは13棟、面積は約2,000坪、従業員は家族入れて約10人で経営しています。出荷鉢数は約3万鉢、冬シンビジウム・夏グラマトフィラム・春デンドロビウムを出荷しています。

10年前に園芸別科を修了した後、山梨県の蘭の種苗会社「向山蘭園」で2年間研修をしました。今は高知に戻って8年目です。やるからには日本一の生産者を目指しています。

小さい頃は手伝いもありせず、園芸別科時代に初めて農業というものに触れました。初めての実習では、当時の花卉専攻の担当教員だった渡辺均先生に、スコップで土の掘り方から指導されたのを今でも覚えています。学生時代にたくさんの植物や花と一緒に生き、育てていくという感覚は今の基礎になっていると思います。

園芸別科を修了後、向山蘭園でラン生産について勉強させて頂きました。研修時代では生産方法はもちろん、らん展などのイベントへの参加、花店への商談、販売店での講習会、市場見学などに連れて頂き

ました。この時に、販売店の現状や森尾花園の評価を外から見ることができました。この時に会った他県の蘭生産者、花店や市場の方々には今でもお世話になり感謝しています。

その後、高知に戻り就農しました。すでにその時には森尾花園の生産技術もある程度確立しており、安定的に品質の高いものを当たり前に出荷できるようになっていました。しかし、自園を含め、ほとんどのシンビジウム生産者は作ってしまえば終わりのような感覚で、できてしまえばその後はただ出荷するだけでした。そのため、どのシンビジウムも同じような商品ばかりで、消費者を意識した商品性の高いシンビジウムは少なかったように感じました。

生産品や販売方法の見直し

そこで、まずは研修中に感じていた自園の商品や出荷に関する問題点を洗い直しました。

- ・ 商品の規格：直立仕立て、アーチ仕立てに加えて、変わり鉢、寄せ鉢、MIX 出荷などを取り入れました。この花にはこの鉢、MIX 出荷には花色がピンク・白・黄色が入るなど、商品をしっかり決めました。
- ・ 品質の統一感：いつも同じくらいの品質を維持して出荷することで、花店に安心してセリでも買って頂けます。または信頼して注文を頂けます。
- ・ 細かな注文対応：小ロットや出荷間際にもできるだけ応えるようにしました。
- ・ 情報提供：出荷時期や価格などの商品データをメールで市場や花店に情報提供を積極的に行ないました。
- ・ 営業：市場や花店に直接行って商談を行ないました。



これだけでも1年目から市場・花店の評価は上がり、販売価格も安定して伸びました。

特にアーチ仕立てにこだわり、森尾花園＝きれいなアーチシンビ生産者というイメージを定着させることができました。さらに品評会やらん展などの審査会にも積極的に参加するようにしました。その甲斐もあって、2012年の洋蘭品評会では農林水産大臣賞を頂くことができました。かなり大きく仕立て、完成度の高い商品に仕上げました。この仕立て法を翌年には商品化しました。かなり高単価になりましたが、年間5鉢ぐらい元気な花店に購入して頂いています。この売りにくい時代に10万円以上の花を買う人がいるというだけでもやりがいになり、モチベーションも上がります。

さらには、2014年12月23日に天皇陛下ご誕生81周年記念として献上させて頂きました。とても名誉なことだと思っています。



農林水産大臣賞



皇居にて撮影

生産・販売の安定的継続のために

しかし年々、蘭の市場価格は低迷し、店頭での販売価格も低下しています。合わせて、生産経費も上がる一方であり、全国的にも鉢物シンビジウム生産を続けられなく、やめられる方、鉢物生産から経費がかからない切花生産に移行される方もいらっしゃいます。生産量も大幅に減少し、今後は種苗会社からの苗供給も安定してできるのか分らないところまできています。

その中で、どのようにして生産・販売を継続していくかを毎年考えなければなりません。

生産面では、苗の供給を日本国内だけに頼らずに海外（タイ）にも委託生産し、苗供給先の分散と苗コストの削減を狙っています。しかし、品種によってはメリクロンができずに苗ができないことや、丈夫な苗が得られなかったり、変異が出たりとリスクもあります。また、納品時期もずれたりするので見極めながら委託する植物を選択し、国内外の動きに合わせて安定した苗供給ができるように考えています。

自分で交配を行なってオリジナル品種の作出も進めています。また、新しい蘭や品種を求めて海外の育種家にも会いに出かけに行っています。オーストラリアで見つけてきたデンドロビウム キンギアナム ‘レッドスプラッシュ’ は花の模様が特徴的で花立ちも抜群です。東京ドームの世界らん展でもトロフィー賞を受賞した品種です。



‘レッドスプラッシュ’

その他には、重油が高騰しているため高温要求性のグラマトフィラムのハウスには木質ボイラーを導入しています。欲しいと思われる時期(売れる時期)は年々狭まっており、そこに合わせた開花調整はより神経質に行わなければならなくなっています。グラマトフィラムは爽やかで涼しげなグリーンの花が特徴ですが、花色にピンクや白がないために仕立てや鉢でいろいろバリエーションを考えなければなりません。現在は夏の蘭、お中元ギフトとして定番商品になっています。



ハート仕立て



ファイヤー仕立て

販売面では市場や花店に出向き、積極的に話をして顔を覚えてもらいました。商品作りでも自分自身でも何かしらの特徴を出し、お客様に覚えて頂けるように常に意識をしています。良い商品が前提ですが、人と人との信頼関係も大切であると私は思っています。昔のように生産者は作るだけ、花店は売るだけのような関係では何も変わらないままです。今は販売店や市場との繋がりが一番大切であり、お話しをすることで店頭での植物の状況や問題点を知ることができ、それがさらに改善につながっていきます。また、販売する方には商品の特徴、育て方、管理方法を知って頂き、消費者に伝えてもらうことがとても重要です。今は商品にまつわる話題やストーリー性なども必要な要素であり、何かしらの共感を得て頂きながら、欲しいと思ってもらわなければなりません。

生産者のグループ化をはかる

販売前には出荷データの情報をメールで案内しています。全国的にも市場でのトレードフェアやサンプル展示などでの前売りが多くなり、計画的に販売していかないといけません。シンビジウムなどの季節商材はどうしても繁忙期が極端に集中するため、生産量やバリエーションを増やすことは難しく、売れるチャンスがあっても逃すことが多々ありました。

そこで、もともと繋がりが強かった高知県の蘭生産者の中で有志を募り「蘭遊 六志会」というグループを作りました。シンビジウム生産量は日本一です。小さいテーブルシンピから大きな特殊品まで揃い、シンビジウム以外でも1年中何かしら蘭があるグループです。そうすることで量とバリエーションが増え、販売先への提案方法も広がりました。シンビジウムを六志会に頼めば何でも揃う！を強みに、積極的に展示会などにも参加してアピールしています。

販売価格がなかなか上がらないため、卸価格も上げられないのが現状です。そこを打開するためにも販売店への売り場作りの提案、販売店限定の商品や新商品の開発など、売る側と作る側とで話をしながら繋がりを強くすることが必要になってきました。六志会の共通の商品として栽培容器を揃えて栽培しています。従来のシンビジウムは栽培容器のまま出荷しており、高価なものなのにあまり栽培容器が綺麗じゃない物もありました。それを出荷前に綺麗な化粧プラ鉢にして、シンビジウムのイメージが少しでも良くなるような取り組みもしています。



化粧プラ鉢



六志会メンバー



展示会の様子

現在はネットなどの販売方法も多様化しています。Facebook や Twitter や LINE などのソーシャルメディアで発信もできます。それらを上手に使っていきたいと思っています。これからは大勢に向けて宣伝するより、欲しい人に欲しいと思われる商品を案内する。狙いを絞った宣伝が効果的かと思っています。さらに、売ったらおしまいではなく、その後の情報交換やアフターケアが重要です。

ファンになってもらい、さらに信頼を深めて付き合っていくことが大切です。



Facebookの自分の画像で大きな物も作れるとアピール

これからの課題は市場流通だけに頼らない多様な販売チャンネルを持つことも必要になってくると感じています。

1 人花普及活動

今まで自分が作っている蘭について書きましたが、将来的に私は蘭に限らず花の良さをたくさんの人に感じてもらいたいと思っています。私は営業で東京や大阪などの人が多い場所に行った時にはブーケを持って1人で花の普及活動をしています。とても視線を集めます。1輪でも花は存在感があり、人の心を優しくしてくれます。花は一般の方にとっては、日常的に扱うことが少なく、特に若い人や男性は花店に入るのにも抵抗を感じている人も多いようです。

しかし、花を持っている人を見ると周りの人はこれから起きる出来事や、起きた出来事を想像し、幸せな気分になれると思います。見ただけでそんなに幸せな気持ちにさせるものは他にないと思います。その花が自分の作った蘭だったら、どんなに幸せか。そんな思いを持ちながらこれからも花生産、蘭生産を頑張っていきたいと思っています。



東京で1人花普及活動