コチョウランの新たな需要を創造
～価格決定権のある商品づくりで更なる経営発展～

豊橋市　（株）松浦園芸
施設花き（コチョウラン）

【平成 27 年 1 月 22 日掲載】

コチョウランの栽培において全国有数の規模を誇る（株）松浦園芸を紹介します。平成23年には「大量生産」「高品質」という相反する技術の両立を実現したその経営手法が評価され、農林水産祭の天皇杯を受賞されています。その後も、育苗期間の短縮による施設内の回転率向上やオリジナル商材の開発により着実な経営発展を遂げています。

観葉植物からコチョウランへの転換

（株）松浦園芸の社長、松浦進氏は昭和 42 年に 198 ㎡のガラス温室で観葉植物の経営を開始しました。観葉植物においても就農から 10 年で 13,200 ㎡に拡大するなど、順調な経営を展開していました。しかし、昭和 60 年頃から観葉植物のトレンドの移り変わりが早くなり、全体的な価格も低下傾向にありました。そのような時に目をつけたのが、当時、高値で安定していたコチョウランでした。

（株）松浦園芸の販売管理部門を担当する松浦秀昭氏。

絶対的な品質の差

松浦園芸が 1,320 ㎡の施設でコチョウラン経営を開始した昭和 60 年頃は、全国的にも栽培者は急増しており、まさに群雄割拠の時代を迎えていました。その中で生き残っていくために進氏が、こだわったのが「絶対的な品質の差」でした。コチョウランの栽培については素人同然だった進氏は、「絶対的な品質の差」を実現するため、市場関係者から評価の高かった複数の生産者の元を直接訪問して教えを請いました。当時は、観葉経営を行いながら、技術の研鑽を図る日々だったそうです。

育苗期の根張り（左上）が、松浦園芸のコチョウランの特徴である輪数の多さ、花持ちの良さに繋がっている（左下）。すべての花が美しく見えるよう整えられた出荷直前のコチョウラン（右）。

技術習得後、家族経営のきめ細かな管理の元で高品質を実現していた松浦園芸でしたが、生産ロットが少ないために有利販売には繋がっていませんでした。そこで、平成 12 年、21 年に相次いで施設を増設し、雇用労力主体の経営に舵を切ります。さらに 21 年には、既存の施設に温度、湿度、日射量などを一括で管理する複合環境制御システムを導入し、人間の勘に頼ることなく年間を通じてコチョウランに最適な環境を手に入れます。このシステムを導入したことで、品質を落とすことなく、見栄えに直結する出荷・調製作業に人員を割くことが可能となりました。

経営理念の継承

苗の入荷日から予想される開花予定日を記載することで従業員自ら、生育の進捗状況を意識することができる。

現在 40 名いる従業員に「絶対的な品質」という経営理念を伝えるために大きな役割を果たしているのが、後継者として相次いで就農した長男の秀昭氏と次男の芳大氏です。現在は、秀昭氏が販売管理部門、芳大氏が生産管理部門の統括者として業務を進めています。生産管理部門では、さらに作業ごとにグループ化され、それぞれにリーダーを配置することで人材育成をグループ内で行う体制が執られています。

秀昭氏は、「就農した平成 20 年頃は、栽培の容易な大輪系品種（通称：Ｖ３）が市場を席巻しており、コチョウラン経営に未来はない。」と考えていたそうです。しかし、世界的にも著名なアメリカのラン生産者のもとで研修した際に、アメリカのシェア 25%を占める大量のランの商談をたった２人の販売担当者で進めている様子を目の当たりにして、「販売方法の見直しも含め、やるべきことはたくさんある。」とカルチャーショックを受けたそうです。

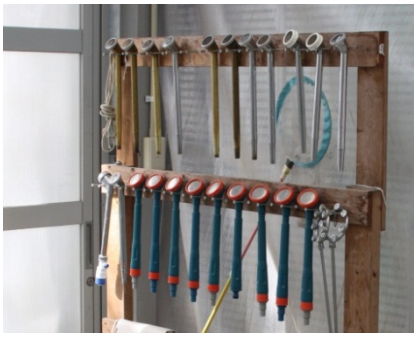
帰国後は、「欲しい時に入手できるのは、工業製品なら当たり前。農業だからといって甘えてはいけない。」と需要の伸びに応じて、自社施設の回転率を年２作から３作に向上させ、年間の生産量を大きく伸ばしました。「定期的に苗生産の委託先である台湾に行き、生育状況や栽培方法を確認している。」と品質に対する変わらない姿勢も語ってくれました。

価格決定権を自ら持つ

特殊な染色方法により生み出される松浦園芸の「エレガンス」シリーズ

観葉植物経営を行っていた頃から、生産者自身が価格決定権を持つことの重要性を身に染みて感じていた松浦園芸では、品質だけでなく、独自性にもこだわった商品開発を行ってきました。特にハート型に花を配置したハート胡蝶蘭（商標第 5005396 号）やオランダの企業の特許技術を利用して生産される色付きのコチョウラン「エレガンス」シリーズは、唯一無二の商品として新たな需要を生み出しています。

平成 23 年度の天皇杯受賞後も着実に販売金額を伸ばしている松浦園芸ですが、「機会損失をなくして、潜在的な需要をさらに掘り起こしたい。」と全国の生花店の要望を独自に聞き取っています。昨年度は、高価なコチョウランの輸送に多くの生花店が気を使っている現状を知り、コチョウランの輸送に適したオリジナルの化粧箱を開発しました。また、「商品の独自性はもちろん大切だが、小さな経営改善の積み重ねが１割の利益向上に繋がる」と考える秀昭氏は、動線を意識した資材の配置や支柱の自社加工など、１分・１円単位での経営改善にも力を入れているそうです。


松浦園芸のコチョウランは、整理整頓の行き届いたほ場から生まれる。

「平成 21 年の設備投資の際に親父に反対した手前大きな声では言えないが」と前置きした上で、「将来的には規模拡大も考えているし、いずれは親父の夢である海外現地生産法人の立ち上げも叶えたい。」と経営だけでなく「夢」も引き継いだ後継者の想いを取材の最後に語ってくれました。

執　　筆：農業経営課
取材協力：東三河農林水産事務所農業改良普及課

Copyright (C) 2014, Aichi Prefecture. All Rights Reserved.