

シリーズ

# 新・農業人

徹底的に花と向き合い  
土を育てる「見えない化」  
カーネーションで世界をめざす

TSUYOSHI'S FLOWERS

はま つか つよし  
**浜塚 剛** さん

TSUYOSHI'S FLOWERS

所在地 ●長崎県雲仙市

就農年 ●2010年

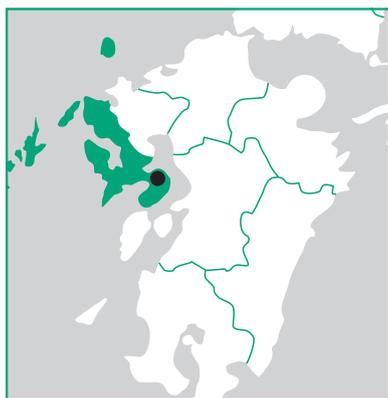
業種 ●花卉(カーネーション)生産

規模 ●73a(ハウス11棟)

生産量 ●年間96万本

従業員 ●13名(家族従事者、パート含む)

URL ●<https://lit.link/tsuyoshiflowers>



試験的に時期をずらして生産しているカーネーションと浜塚さん

「見えない化」で圧倒的な品質を

経営の「可視化」。昨今、技術継承・事業承継の場面などで重要とされる取り組みだ。有形無形の経営技術を数値などで誰にでも理解できるようにする取り組みは今や、経営において不可欠とみられる。しかし、あえて生産技術上の数値を追うことなく、徹底的に日々花と向き合う「見えない化」にこだわり続けることで結果を出している農家がいる。長崎県雲仙市で二代にわたりカーネーションを生産している浜塚剛さん(35歳)だ。

カーネーションが自然の生き物であることを常に念頭に置きながら、日々の生育状況を丹念に観察する。そして、土壌を分析しながら生態系などについて自問自答し、肥料の入れ方、水の含ませ方、根の張らせ方など、徹底的に土づくりをこだわる。このときすまされたやり方が、圧倒的な高品質や多様な品種確保に結びついている。「数値などを軽視しているわけではありませんが、より深く花と向き合うことを重視しています。気が付くとカーネーションのことを考えているんです」とは浜塚さんの弁。

浜塚さんのカーネーションは大きさ、色の見事さ、日持ちの良さに

特長がある。特に日持ちは、通常の切り花が4〜5日といわれるところ、2週間以上だ。この品質が評価され、切り花1本あたりの通常の市場単価が50円程度なのに対し、70円以上を確保している。

今では「カーネーション一筋」の浜塚さんだが、当初から家業のカーネーション生産を継ぐと考えていたわけではない。

好奇心の先にある就農

小さなころから生きものが大好きだった浜塚さんは、近所の福祉施設で開かれた乗馬スクールで初めて馬に跨り、その楽しさにすっかり心を奪われた。高校は馬術部で有名な諫早農業高校に入り馬一色の学生生活を過ごした。一途に打ち込んだ結果は馬術競技インターハイ入賞という形となって表れる。高校卒業を迎え、さらに馬術を極める生活をよぎったが、同じころ父親の敏さん(70歳)が経営するハウスのことなど、家庭内で頻繁にカーネーション生産の話がでた。馬と同じく生きものを相手にする父親のカーネーション生産への好奇心がわき、小さいころ

から手伝いをするうちに自然に基礎的な生産技術が身についていた浜塚さんは、カーネーションに人生をかけ、就農する決心をした。

2006年、東京の多摩市にあった農業者大学校に入学。1年次の1年間は長野県駒ヶ根市で、4年次には愛知県西尾市のカーネーション農家で半年間研修した。研修先では基礎的な生産技術はもちろん、カーネーション生産を通じて収入を得るということを文字通り体で学んだ。

「絶えず花の具合を見て、土づくりを見直し、改善していくという生産に対する考え方の基本が、この時期に出来上がりました」と浜塚さんは語る。

浜塚家では浜塚さんの就農を見込んだ規模拡大が卒業前から計画されており、10年4月、卒業と同時に父・敏さんの経営に参画する形で浜塚さんは就農した。

### 実戦で経営感覚向上

浜塚さんが就農すると、敏さんは経営するハウスとは別にハウスを1棟レンタルし、運転資金100万円とともに浜塚さんに与えた。このハウスは経営上も別部門として扱われ、単独で収支をつ

けることも求められた。浜塚さんがみずから経営感覚を身につけることを期待した両親の愛情であり、浜塚さんは両親が一人前扱いしてくれたことを大いに意気に感じた。

「両親からは赤字でも構わない、と言われていましたが、初年度から絶対に黒字にするつもりで取り組みました。ただ、両親は私が最初からそこまで真剣に経営に向き合うとは思っていなかったらしく、100万円も趣味の釣り道具購入に充てるのでは、と思っていたようです」と浜塚さんは笑う。

浜塚さんのハウスが初年度を終えた時、収支は黒字化したものの、経営面・技術面では課題が浮かび上がった。ハウス1棟ということもあり、雇用に頼らない生産体制としていたが、母の日などの需要期に出荷作業への手が足りず、出荷しきれなかったのだ。この経験を通じ、浜塚さんは人員の確保やそれに伴うコストの想定など、「経営感覚」への意識を徐々に高めていった。

そして30歳になった2015年、浜塚さんは敏さんから経営移譲を受ける。周囲にも同世代の後継者がいる農家が多く、家業を承継す



カーネーションのつぼみの見方について指導する浜塚さんと外国人技能実習生の皆さん

る話が相次いでいたことから、浜塚さんは不安を抱くことなく経営を引き継いだ。

新たに自分の名前を冠したブランド「TSUYOSHIS FLOWERS」をプロデュース。改めて銘記したが、現在の生産方針である「大きく、色が鮮やかで日持ちする、品質にこだわった花を生産すること」。現在、国内で流通するカーネーション

は6億本のうち4億2000万本はコロンビア産を中心とした輸入品であり、それらと単価で勝負することはできない。では、求める利益水準を確保するにはどうするか。答えはやはり原点の「土に問う」とだった。「見えない化」に没頭した結果、浜塚さんの生産する花の品質に対する全国の小売店の信頼は日々高まっていった。

## 海外の技術指導から輸出へ

2019年、浜塚さんのカーネーションの品質を高く評価する関西の小売店を通じ、浜塚さんにベトナムのカーネーション生産者への技術指導の依頼が舞い込んだ。

浜塚さんは自社の生産をおこなう傍ら、毎月4日ほどベトナムのダラットに渡った。当時ベトナムでは安定した品質で安定供給することが課題であり、土壌改良や品種選定、生育などを中心とした技術指導に取り組んだ。足掛け2年半の指導で生産環境は改善したが、新型コロナウイルスの世界的な感染拡大に伴い、浜塚さんの技術指導も中断した。



左からリンさん、チーさん、浜塚さん、ナーさん

ベトナムは花好きな国民性も相まって、浜塚さんが渡航しない期間もカーネーションの需要は旺盛だった。その需要に对应しているのがコロンビア産のカーネーションだった。オランダ経由でベトナムに輸出されるため輸送費用がかさみ、1本あたり250円程度にもなるが、洗練された色と品質の高さで好評だ。

このコロンビア産カーネーションに対し、浜塚さんは日本の自社からベトナムまでの距離的に優位な点を生かし、高品質なコロンビア産カーネーションと競争して、輸出拡大することを考えている。

「旧正月をはじめ、ベトナムには日本とは異なる時期に需要期がある。現地の祝い事や祭りなどの物日をターゲットにした商品を、日本の需要期と重ならないように生産・輸出することで、年間を通じて安定して出荷できる体制を構築したい」と浜塚さんは語る。

### ECの輸出の回転

現在では家族の他に、外国人技能実習生を含む6人を雇用する。常に人練りを意識しながらも人件費を13%以下に抑え、粗利20%を残すことを念頭に置き、経営に当

たっている。浜塚さんの就農時点では生産面積33<sup>ア</sup>、品種は7、8種類ほどだったが、現在では73<sup>ア</sup>、39種類にまで拡大している。

販路の拡張を見据え、浜塚さんは現在大半が卸業者経由の販路について、少しずつ最終消費者向けの直販や輸出を増やす計画だ。

最終消費者向けの直販についてはEC事業部を設立し、インターネットの自社サイトを立ち上げた。2021年度から本格稼働し、試行的に販売開始。1本320円と一般的な小売店より高めの価格で産直ECサイトに出品したところ、予想以上の販売希望があり供給に不安が出たため、一時的に抑えている状況だ。従来からの卸業者との取引に迷惑が掛からないように調整しながら、最終的には生産本数の約20%を最終消費者向けとなるよう力を入れていく。加えて、ベトナムをはじめとした海外向け販売に振り分け、さらなる単価の底上げを狙う。

そのために改善が必要なのが人材育成だ。生産は基本人手によるため、花管理の技術次第で品質が左右されるが、従業員の技術にはばらつきがあるのが実情だ。浜塚さんは花一本一本の成長の様子か

ら土壌の見きわめ方、管理など、生産に係るすべての内容について、従業員一人一人とともに日々ハウスの直接花に触れながら、丁寧に説明することを心掛け、従業員全員が技術向上に取り組んでいる。

「雇用には覚悟がある。その覚悟がなかなか持てず、これまでは雇用を抑え気味だったので、どうしても需要期などの人員不足や新規に雇用した従業員の技術スキルにばらつきがあった。ここ数年外国人技能実習生を中心に雇用・育成し、オペレーションの飛躍的な改善を実感した。今後も長期的な視点で人材を育てていきたい」

浜塚さんは業務分担の見直しにも着手した。生産中心に携わっていた妻には労務管理にシフトしてもらった。こうした取り組みの先に家族経営からの脱却を見据える。

コロナ禍やウクライナ情勢に伴う燃油高騰など、カーネーションを生産する環境は大きく変化しているが、浜塚さんの足元はぶれない。花に問いかけ、土を分析し、土に教えてもらって改善を繰り返す。その繰り返し先の先に求めるものがある。

(情報企画部 高雄 和彦／文  
衛藤 克樹／撮影)