

関係各位

株式会社 山喜農園
新潟県魚沼市原1280-1
TEL. 025-794-2455
FAX. 794-4168
E-mail: info@yamaki-noen.co.jp
HP Address: http://www.yamaki-noen.co.jp

球根情勢報告

平素よりお引き立ていただき誠にありがとうございます。

暑いです！

くれぐれもお身体に気を付けて、頑張ってください。

当社情勢報告が「世の中に対しての雑音」ととらえられるケースもある一方、「大切な情報」と受け止めていただけていた方もおられます。

「情勢報告が書けないことが情勢報告です。」と、冗談にもならないような冗談を言っていました。

申し訳ありませんでした。

長い事お休みしていました。お繋ぎしたいこと、お繋ぎせねばならないことがたくさんあったのに…。気持ちの整理を付けてお繋ぎすべきことをつないでいきます。

オランダ産チューリップ

18年産

不作・不良。約10億球減収。(推定流通数の約25%)

日本の国内消費量の5~6倍が消えた…という事です。

品質・芽形成状況については…、ポジティブな情報は少ないようです。(芽形成が不ぞろい。)

オランダ産/フランス産百合球根

17年産/18年産

世界市場に対しては…

百合球根生産産業にとっては少なくとも1985年以降では、Plamv事件に匹敵するか、又はそれを超える事件が起きた年となる様です。(Plamv問題は既に何年間も百合産業全体の経営を圧迫している)

17年産球根に関わる世界市場の流通状況の悪化は、少なくとも18年産・19年産3作連続で大きな影響を与える事になると言われています。

様々な理由が考えられますが、一言でいえば「百合球根バブル」さらに言えば「OTバブルがはじけた」という事になりそうです。

この事は、「いつか起きると予測されていたことが、中国で起きたある事件をきっかけにはっきりと見えてしまった。」という事になりそうです。

日本市場は、この大きな世界市場の混乱の影響を最小限度しか受けないと考えています。(輸入/輸出業者の情報共有精度が高いから)他アジア市場は想定されるそれぞれの市場規模に対して、30%以上の過剰供給が生じてしまった国がある様です。(まだまだ未成熟市場という事なのでしょうか?丁度1995年前後に日本で起きた事件の規模が、10倍くらいに膨らんで起きてしまったような話です。)

この混乱は、18年産以降も球根生産農家に大きな悪影響を与える事になります。

19年産については、血のにじむ改革を進めて正常化を図ろうとしていく事になるのでしょうか。

推定ですが、17年産北/南半球産百合球根損失額は、球根生産農家/球根輸出業者、両方合わせて37~42,000,000EUROを超えていると言われています。(17年産についてはかなり悲観的に見積もられている。)

これは、日本が輸入している百合球根総仕入額をはるかに超える金額となります。

18年産についても、このまま国際市場の改善が起きなければ、限りなくそれに近い、またはそれ以上の損失が計上されることが予測されています。(ここからはその大きな負担を球根農家が負う事となります。)

さらには、19年産分として用意されている養成球又は原母球400~700ha分を廃棄しなければ、世界市場の健全化が図れないという分析があるため、18年中又は19年内に大きな損失を計上することになる様です。

(北半球産、南半球産、両方合わせての数字、南半球産18年産はまだ生産量の70%弱しか販売先が決まっていない。尋常じゃない情勢です。)

*最近、百合球根生産面積統計が発行されました。当社ホームページをご確認ください。

19年産(来年では無く、再来年、2020年切花用球根)からは、百合球根栽培面積の適正化が図られると思いますが、そこからの球根生産産業・流通産業の形態は過去30年間の形とはずいぶん違った形になるであろうと言われています。

*球根輸入業者はどんな仕入れを行うことになるのか、どんな販売方法に代わるのか、私達は準備を進めなければいけないのだろう、と思います。

当社におきましては、各々の供給業社(輸出業者、球根農家 etc.)とのさらなる連携を強化して、健全種苗確保に努めていきたいと考えております。

日本国内市場においては…

過去の百合球根輸入履歴から、6月末までに輸入されてくる17年産フランス産/フランス産百合球根輸入量は、当該年産の球根の83~85%くらいの数量という植物防疫統計データがございます。

ここまでの所は、約6%の輸入量減少が確認されております。

主たる減少の中身は、鉄砲百合・L.Aと言われておりますが、リエンタルOTにつきましても、やや減少傾向を示している様です。

事故が多いように感じています。

低温積算不足が原因と考えられる様々な問題について、先月6月中旬から7月上旬にかけて来社された複数の輸出業社・育種会社・球根農家などと当社試験温室にて議論検討を行いました。

見解はほぼ一致して、問題の共有はできたと思います。(当社分析通りでした。他の見解を示せた方は、残念ながら一人もおられませんでした。)

結論は…、この問題に対して早急な対策は立てられません。

年次の気象変動要因による休眠打破の前進・遅れを技術的に、物理的に解決する方法は、現状では無さそうです。**(球根生産農家側の冷蔵施設の性能が、10年前に比べて大幅に改善されたことが大きな要因となっています。あちら立てればこちら立たずだったという事です。)**

LSV/Plamv感染ロットを回避して、促成仕様に万全を期した球根・ロットを確保することは、買い手側も極めて高度な準備が必要となります。

切花農家は、何が必要なのか？

よく供給業社とご相談ください。

問題点の整理ができていて、そのポイントが共通見解に到達している輸出入業社なら、解決の糸口をみいだせるかもしれません。

*国産早掘り球根にも再注目してください。

5月/6月期切花品質を安定化させるために、フリージア・チュリップが紆余曲折を経て結果的にそうであった様に、「日本産百合球根の力と特性」に再注目してください。ここには、解決の糸口があるように見えます。

既に「19年産北半球産」の準備を始めるという意味です。(18年産養成球を確保するという意味です。)

「旬」がキーワードとなってくる市場流通・消費が生まれてきている様に見えます。

国産球を利用するという事は…？

この点にも注目してもらいたいものです。(地元の酒屋さんとの雑談の中でも出てきましたが、野菜だけでは

なく酒販の世界でも同じ動きが5年くらい前から確認されてきているそうです。)

南半球産百合球根

15年/16年/17年産、3年連続輸入された球根はやや過剰感があつたというのが印象です。

適切な球根輸入量がどの程度なのかは、だれにも分析することは不可能なのだと言います。(17年/18年、1月～6月期の切花販売流通状況と過去6年の同期間の切花流通状況を比較してみると…なんとなくわかるような気がします…。)

2017年1月～2018年6月期までの18か月間は、2014年～2016年まで続いた安定期に対して(安定はしていたが、良かったわけではありません。念のため。)明らかに変動期に入っているように見えますね。

これは百合切花に関わらず花業界全体の様ですが…。

17年産

球根品質的にもあまり良い年ではなかったと思っています。

日本の気象条件も、昨年6月以降続いた全国的な低温傾向は、本年2月まで続き、3月以降突然の温度上昇となっています。その傾向は今現在も続いています。

この事は、17年産南半球産球根使用作型/17年産オランダ産使用作型、既に長期間に渡って切花流通品質に悪影響を与えていたように見えます。(全国的な問題でしょう?)

18年産南半球産から、様々な意味で立て直しの年にしたいものです。

18年産

平成30年4月9日現在、日本市場は約21,215,100球の南半球産オランダOT系の球根を発注確保していた様です。その後、発注確保数はいくらか上昇したと推察しています。

前年の17年産は約22,460,000球のオランダOTが確保されておりました。前記しましたように、過剰感があつたはずですが。

既に、N.Z産ベンドーム、カブラカ、サルベチア、シソリア、フェス、コンスタ、ハイラックスなどの品種で想定を超えた大規模欠品が入り始めています。(主に大球中心に欠品。)

今後C.H産などではハリア、コンパニなども欠品が予測されております。(VLZV社情報)

冷静な対応が望まれるところです。

欠品に対して過剰な反応をしないで、落ち着いた対応をしていただけたらと存じます。

白系の欠品が多いように感じています。冷静にいきましょう!

期首に立てた出荷計画・バランスが崩れない様に…。

個人的には、20,500,000球を下回る総輸入量に落ち着くことが、1～3月期切花市場価格安定化、4～6月期切花品質改善への近道なんだろうなあとと思っています。

球根業社は、国内ダンピングは可能な限りしない。又は、可能であれば10月/12月期納品くらいの作型で十分に在庫を減らし、1月/2月期納品にダンピングを集中させないようにする。

18年産南半球産百合球根についても、低温積算充足・休眠打破が、大きなポイントになるんでしょう。

昨年16年産オランダ産球根で秋定植分の切花品質不安定という結果が出たことの影響により、18年産南半球産球根の早期作型使用を検討されている方がおられるかもしれませんが、くれぐれもご注意ください。

1N球、2N球の使用法、10月/11月上旬定植に向いている球根産地、品種。

逆に1月/2月期定植作型に向いている球根産地、品種。

原則論はあるはずですが。

逆に、万能な品種/球根は無いという言い方もできますね。

様々な球根を使用するにあたって、適応可能作型が広い切花産地がある。

逆に適応可能作型が狭い切花産地がある。

全国各地がそれぞれ違った導入方針を形成されることが望ましい形なのでしょう。

4~6月期の全国から出荷される平均切花品質を上げる事。

百合切花産業の為に、重要な課題となっていると思います。球根業社も反省しなければいけないポイント。市場人もよく考えて、各切花産地と中長期的に向き合うポイントになるのでは？

かけなかった事をまとめてみました

平成一ケタ半ば頃から書き始めた「球根情勢報告」ですが（平成 13 年頃からホームページに掲載してましたね）、8か月以上にわたって書けなかったのは、自分自身記憶にありません。

考えていることを整理するのに時間がかかり過ぎました。

情勢報告を書き始めた若かりし頃、怖いもの知らずで、思ったことを全部書き留めてしまっていました。受け入れられようが、受け入れられなかつたろうが、「思い」を伝えたかった時期がありました。

28歳で会社経営を引き継がなければならなかつた事情があり、全く自分自身に自信がなかつた若造の頃から（今も無い！）一生懸命統計資料分析をしておりました。「過去をさかのぼって見直す」という癖がついたのはその時だったかもしれません。『若いうちは年寄りの話を聞いた方が良い』と言います。その若いうちには気が付きませんでしたけど…。彼らの経験を聞け、という事なんでしょうね。

今回1つだけ考えを整理する元となった数字だけ載せておきます。

読み方は人それぞれ様々かと思えます。

偏った分析にならないように…。

日本の花き市場売上(当社独自調査)						
切花.切葉.切枝のみの売上(鉢物.苗もの.資材を除く)						
西暦	和暦	金額		生花店軒数の増減	市場外売上金額	
1985年	昭和60年	2500億円	➤ 3年で300億円増加	不明	不明	
1988年	昭和63年	2800億円		不明	不明	
1991年	平成3年	3800億円	➤ 3年で1,000億円増加	不明	不明	
1998年	平成10年	4200億円		不明	400億円	本当にこんなにあるのでしょうか？小売ベースのこと？輸入品含む？
2008年	平成20年	3100億円	➤ 7年で400億円増加	不明	650億円	
2016年	平成28年	2700億円		不明	不明	

*いったいいつ頃から市場間取引が、市場売上統計二重計上に大きく影響し始めているのでしょうか？

日本の単独生花店の軒数推移は、独自に調査を進めておりますが、今回は精度が低いため載せません。

一説には、昭和年代後期で、12,000店舗内外。ピーク時25,000店舗。

現在は、10,000~12,000店舗くらいと聞いたことがあります。

*今、市場から花を仕入れている人っていったい誰なんだろう？（昭和60年代とは金額は似ているけど買参人の業態構成は変わってる？）

*今、生き残ってきた『単独生花店』の皆様は、今後どんな手法を講じようとしているのか？

*進化してきた『新量販市場』は、これからどこに向かうのか？

85~88年では、生花店は増加したのでしょうか？

88~91年でも、生花店は増加したのでしょうか？

91~98年では、量販店も花の販売に参入してきた？

98~08年では、生花店は減少したのでしょうか？

08~16年では、市場売上減少速度は鈍化していた。市場の営業努力？市場間転送売上二重計上？開発された新マーケットはどこだったんでしょうね？そこには輸入品だけ参加していたのか？野菜を見れば真逆ですよ？『旬』の野菜はスーパーの顔？

ヨーロッパでは、既に「花」が、スーパーマーケットの「顔」になる戦略がとられていた。

個人消費マーケットは、「個性」が大事。百合やチューリップは個性有りすぎ？だから良い？

私の結論は、

昭和20年代~昭和50年代までの切花産業

昭和60年代~平成10年までの切花産業

平成10年~平成20年までの切花産業

平成20年~平成28年までの切花産業

それぞれ生産側にも大きな変化があったとは思いますが、実は市場、そしてその先の変化の方が大きかった

のではないのかなと思ひ始めています。

昭和60年当時、20歳だった私は、切花園芸バブル期に青年時代を過ごしたことになります。33歳の時（平成10年）我が業界はピークを迎えたように見えますが、こと利エン外百合産業だけに限れば、実はピークが平成15年まで続いておりました。（私は40歳。）平成19年のリーマンショック前年までは安定期だったとすら言えます。

昭和20年～昭和42年生まれくらいの花関係者は、「花卉産業バブル世代」かな？

生花店同様、生き残った単独酒販店が今後のライバルとして意識し始めた、新量販店の戦略とは？

30年前、後継者ができる農業は、「野菜」ではなく「花」でした。今、野菜農家の後継者割合の方が高くなってきている様に見えるのはなぜ？

ヒントがいっぱい出てきますよ！

平成30年、今日現在、20代/30代/40代、後継者育成され始めた50代の皆様には、特に考えていただきたいです。

50代/60代/70代、仮に後継者を作らないという判断をされた方々には、別の意味で目標設定の見直しが迫られてきている様に見える。

***バブル期以前の昔を知っている皆様こそが、見本になるんでしょう！**

各年代層共通に目標設置できる言葉、キーワードが見つかりそうです。

私個人的には、『酒販に学べ』、『野菜に学べ』でしょうかね？

答えの出し方は人それぞれでしょうから…。

私が到達したキーワードは、『旬』でした！

今現在の球根業界及び、切花市場業界は、減っていくパイの奪い合いしかしていませんよね？

そろそろ新しいことを始めるんじゃなくて、今ある物事に対してのアプローチを変えてみましょう。新しいことなんてやる必要はないのです。元に戻して今風にアレンジするだけ！

見落としていた何かが見つかったような気がしています。75歳の老夫婦（私のおじおば）が横浜市内で経営する青果店は、30年以上前から

マーケットアウト（マーケットインの逆語？ちょっと違う！）

プロダクトイン（プロダクトアウトの逆語？ちょっと違う！）

この考え方・手段は、経営している、生き残っている販売店の共通のスタンスに見えますね。

ストーリーや物語が、人間性、商品理解、植物の力を知る、話術だとか…、実は同じことを言っていたんですね。

そもそも私は、マーケットイン・プロダクトアウトという言葉は嫌いです。違うでしょう？相互理解はこの言葉では全く深まらない。距離が開くだけです。（私の理解力がないだけなのか？）

今年はものすごく苦しい。しばらく苦しいと思いますが、目標を早い段階で見つけられたら、「良い年だった」と言える様な気がします。

*最後に勇気がなくてかけなかった私の背中を押してくれた皆様に感謝いたします。ありがとうございました。以上、久しぶりなので長くなりました。

皆様向けの答えは書いていないです。あえて言うなら、「百合球根・百合切花の為」かな？

「農家の思い」が、球根や百合の花に込められて、消費者に伝えられることを祈っています。

週末から出張再開します。お会いした時にでも話しましょうね！

以上
森山 隆