

株式会社モテギ洋蘭園 — 現地法人「仁蘭園有限公司」—

胡蝶蘭「スーパーアマビリス」を商標登録しブランド化に成功
原産地台湾の農業団地で海外リレー栽培強化とアジア市場深耕を目指す



代表取締役社長 茂木 敏彦 氏

本庄市で胡蝶蘭の栽培・販売を手掛ける株式会社モテギ洋蘭園は、台湾に現地法人を設立し、中国の富裕層をはじめとするアジア市場に向けて胡蝶蘭の栽培を開始した。

農家の長男に生まれた茂木社長は、埼玉県農業大学校を卒業後洋ラン経営を研修し、カトリア切花経営をガラス温室1棟からスタートする。カトリアの絶頂期に胡蝶蘭鉢物へと転換。満を持して発売したミディ系胡蝶蘭「スーパーアマビリス」がヒット。第31回日本農業賞大賞や農林水産大臣賞を受賞、品質の高さ、経営内容ともに国内トップクラスの胡蝶蘭生産農家となる。現在、約9,000㎡の温室で年間大輪系8万鉢、ミディ系15万鉢を生産、全国の花弁市場や生花店、デパートに出荷する。

2012年、台湾に現地法人「仁蘭園有限公司」を設立。台湾で苗を生育し、日本で花を咲かせる海外リレー栽培を強化、コスト低減と効率的生産体制を整える。「日本向け生産からのスタートだが、将来的にはアジア富裕層向

本 社 〒367-0061
本庄市小島277-7
電 話 0495-21-3434
ホームページ <http://www.motegiouranen.com>
創 業 1975年
設 立 1990年
組織変更 2010年（株式会社）
資 本 金 2,000万円
売 上 高 約5.6億円（2011年3月期）
従 業 員 74名
事業内容 洋ラン・カトリア販売

台湾現地法人 仁蘭園有限公司
台南市新営区中山路115号7楼之4

設 立 2012年
創 業 2012年
日本人スタッフ 1名
現地従業員 4名
電 話 8866-6326-263
F A X 8866-6326-263

け胡蝶蘭の生産拠点と位置づけている。」とおっしゃる茂木社長に台湾での会社設立に至るお話や胡蝶蘭栽培にかける思いなどをお話いただきました。

「これからの農業は花」と言われて育つ
カトリアの地方市場開拓で経営基盤を築く

—37年前に洋ラン経営を始めたいきさつからお聞かせください。

1956年に、農家の長男として生まれました。養蚕、野菜、米など地域の一般的な農家と同じ作物を生産していましたが、親戚には本庄市長を務めた人や会社経営者などがいて、父も農家にしては経営的感覚を持った人でした。親戚が集まる席で「敏彦さんの代は、花をやりなさい」と言われていました。当時、花を生産している農家はなかったので、「花とい



胡蝶蘭を栽培している温室内の様子。生産現場ではコンピューター制御に頼らず、天候変化や日照変化を予測し人の五感をフルに活かし全ての温室管理を行い、一鉢一鉢丁寧にじっくり、ゆっくり仕上げている

うのがあって、それをやるんだ」と、漠然とした将来像を描いていました。

埼玉県農業大学校に進み、具体的にどんな花づくりに取り組もうかと考えた最初はカーネーションでした。しかし、図書館でアメリカの雑誌を見ると、カーネーションのブームは去ってバラになっていました。もしかしたらバラのブームも去るかもしれない。ならば、洋ランはどうだろうか写真を見ながら迷っていると、農業大学の授業で伊豆堂ヶ島の洋らんセンターに行く機会があり、ランの花を見て「洋ランにしよう」と決めました。

堂ヶ島から戻り、先生に相談すると「これからは、洋ランは面白いかもしれない」と、いろいろな種類のランについて教えてくれました。その中から電照栽培で一年を通して生産が可能なカトレアに決めました。

周りの農家が800~1,000坪の土地で野菜を栽培している中で、50坪の土地にガラス温室1棟。マッチ箱のような温室に大きな燃料タンクでいかにもアンバランスです。「あの家のせがれは、学校を出てきて何をやっているんだらう」と好奇の目で見られましたが、父親は何も言わず、むしろ「どんどんやれ」といった感じでした。それが洋ラン栽培のスタ

ートです。それから1年おきに1棟ずつ温室を増やし、現在は17棟の温室があります。

——カトレアの販路はどのように開拓したのですか。

東京の市場に出すために夜中の2時に家を出て、8時間をかけて東京の市場を回って戻り、カトレアの世話をして翌日の出荷準備をする、そんな毎日でした。関越自動車道も全線開通していなかったですし、少しでも節約したいので高速道路を使うのは疲れたときだけでした。そのように苦労して東京の市場に持って行っても、セリの順番は最後。先輩や今までの貢献度の高いところからセリにかけられて、私の順番がくるころには「もういらぬ」と言われ、安くされてしまう、そんなことが10年くらい続きました。

転機は、長野にある市場の社長がたまたま通りがかりで国道17号沿いにある当社に寄ったことに始まります。その社長に誘われて長野の市場を訪ねて行くと、社長がなかなか現れません。1時間以上も待たされ、退屈なので机の上にあった電話帳を見ていると、そこには全国の市場の電話番号がたくさん載っていました。「地方にもこんなに市場があるのか」と驚き、その電話番号をメモして持ち帰りました。



当社発展の礎となり、ブランド胡蝶蘭の先駆ける存在の「スーパーアマビリス」(商標登録済み)は農林水産大臣賞も受賞

翌日からメモを見ながら電話で営業です。「カトレアをつくっていますが、いりますか」と聞くと、「カトレアがあるの。ぜひ買いたい」と、カトレアはまだ地方には行き渡っていませんでした。

金沢の市場が決まりましたが、問題は輸送方法です。どうしようかと考えていると、北陸特産弁当の鱒寿司が東京まで小荷物として電車で運ばれていることを知りました。さらに高崎駅で小荷物を扱っていることもわかりました。高崎駅なら東京に行くよりもずっと近くて好都合です。高崎駅から金沢駅まで電車で運び、市場の人に金沢駅まで引き取りに来てもらう方法で輸送の問題をクリアしました。同じ方法で新潟、仙台、青森と次々に販路を拡大していきました。

次は、飛行機で運ぶ時代がやってきました。日本通運の営業マンから空輸を始めたばかりでぜひ使って欲しいという話が来ました。それではと、札幌や大阪には空輸することになりました。札幌グランドホテルや大阪帝国ホテルにカトレアを納めるようになり、東京の市場ではセリの順番が最後にもかかわらず、地方では「モテギのカトレアでなければだめだ」と、なったのです。

バブル景気を背景に華やかなカトレアの人気は高く、すべて言い値で売ることができました。カトレアは株分けすれば3倍に増え、それでも足りなくてアメリカから株をどんどん輸入しました。販路の地方開拓を始めてから短期間で基盤を築くことができました。

カトレアの絶頂期に胡蝶蘭鉢物に転換 商標取得でブランド胡蝶蘭の先駆けに

——カトレアの切花から胡蝶蘭鉢物に転換したのはなぜですか。

1995年ごろ、アメリカにある世界でも有名な蘭園ハウザーマン社にカトレアの株の買い付けに行きました。すると先方の社長が「カトレアはもう終わった。私の人生はなんだったんだろう」と言うのです。日本では、カトレアがすごい勢いで売れているのにどうしてだろうと不思議に思いました。暇な時に行ったからあんなことを言ったのかもしれないと思い、翌年は一年で一番忙しいマザーズデーの時期に再訪しました。それでも閑散としていたのです。日本でも結婚式などお祝いの花から葬儀のときの花に急に変化していることが気になっていました。

「アメリカの3年後に日本でヒットする」と子供のころ大人たちが話していたのを思い



ミディ系の海外リレー栽培（図下）は国内リレー栽培（図上）よりも大幅に生産効率を向上させることができる

出し、帰りの飛行機の中で胡蝶蘭の鉢物に転換しようと腹を決めました。

実は、カトレアだけでなくファレノプシス（胡蝶蘭）の切花もやっていたので、胡蝶蘭の「低温短日花芽分化」という生理もわかっていて、一年を通して胡蝶蘭を咲かせる技術もありました。

——カトレアから胡蝶蘭への転換でご苦労されたことは何ですか。

胡蝶蘭は苗から育て出荷するまで大輪系で3年、ミディ系で2年4か月ぐらいかかります。カトレアを止めて売るのがない状態が2年以上、この間に胡蝶蘭の苗を買ったり、

設備を整えたりと投資額は半端ではありませんでした。胡蝶蘭は、カトレアのように株を買えば株分けによって自分のところで増えるのではなく、どんどん新しい苗を買わなければなりません。

そんな中で、「モテギの胡蝶蘭」の名を一気に高めたのが「スーパーアマビリス」です。これは業者が台湾から持ち込んだ原種の胡蝶蘭で、商品価値はないだろうと温室の片隅に放っておいたら、清楚で品があって形の良い花が咲いたのです。でも、花は長持ちはしないだろと見ていると花保ちもよかったです。原種は、花の形が悪く花保ちしないのが一般



写真左から「MS-Pink モモ」「MS-Pink エリカ」「MS-Pink セーヌ」「MS-Pink タンゴ」、いずれも当社オリジナルで、人気が高く好評を博している商品

的で、特にアマビリスはその代名詞のような存在だったのです。ところがこのアマビリスは違っていたので驚きました。

胡蝶蘭の鉢物は、すでに近くでは川越で栽培されていて、国内でリレー栽培も始まっていました。当社は胡蝶蘭の鉢物では後発で差別化できる商品が欲しいと考えていたので、すぐに台湾に飛び、当初予定していた5,000株をはるかに超える1万8,000鉢のアマビリスを大量注文しました。

本来なら花保ちが悪いはずのアマビリスなのに、こんなに保つたのだから名前を付けようと、「スーパーアマビリス」と商品名をつけ、商標を取得しました。胡蝶蘭を品種名でなく商品名で売り出したのは当社が最初で、「スーパーアマビリス」はブランド胡蝶蘭の先駆けとなりました。

そして、1万8,000鉢の「スーパーアマビリス」を切花で培った地方のネットワークを通じて全国一斉に売り出しました。すると物の見事に売れたのです。「スーパーアマビリス」がなければ、今のモテギ洋蘭園はなかったといっても過言ではないと思います。売り上げも1億から一気に3億5,000万円になりました。

品質や生産技術、経営内容など総合的に優秀な農業生産者に与えられる第31回日本農業

賞大賞を受賞、農林水産大臣賞も受賞しました。——毎年、2月に東京ドームで開催される「世界らん展」でも多数の賞を受賞されていますね。

ランは熱帯、亜熱帯の植物で開花時期は2月から3月にかけてです。毎年東京ドームで2月に「世界らん展」が開催されるのは、そういうことからです。我々プロは、人工的にコントロールをして一年を通して花を咲かせることができますが、愛好家の方も参加するのでその時期に行われているのです。

胡蝶蘭の原産地は台湾や東南アジアですが、人工的にコントロールして周年栽培を可能にする技術を開発したのは日本なのです。

日本で流通している胡蝶蘭の大部分は、2カ所以上で引き継いで生産するリレー栽培という方法で生産されています。当社のミデイ系の国内リレーを例にとると、培養業者から仕入れた苗を6～7か月当社で育て、次の12～13か月は別の業者が育てます。そして、開花株になったら当社に戻して4～5か月で伸びた茎を形に仕立てて花を咲かせて市場に出荷します。大輪系については、2010年で国内リレーを終了し、すべて海外リレーに切り替えました。培養から開花株までを台湾、中国で行い、仕上げの4～5か月を当社で育て花

を咲かせて市場に出荷します。

——同じ胡蝶蘭が大量にできるのは、どうしてですか。また、どんなブランド胡蝶蘭があるのですか。

最初のころは、実生苗といって人工交配で採取した種を発芽させた苗から栽培していましたが、すぐにメリクロン苗が出てきて個体差のない胡蝶蘭が大量に生産されるようになりました。メリクロン苗とは、元株の新芽の生長点を細胞分裂によって増殖してできた苗で、基本的にはどの苗も元株と同じ花が咲きます。

実生苗は、兄弟株でも個体差があって、違った特徴の花が咲くので新品種は実生苗から生まれます。「スーパーアマビリス」との人工交配で生まれたのが当社のオリジナル品種のMS-Pink(モテギピンクセレクションの略称)シリーズです。MS-Pink モモ、MS-Pink エリカ、MS-Pink セーナなどがあり、どれも品種登録済みです。こうした花保ちが良く、花姿がきれいなオリジナル商品の開発に力を入れ、お客様から「またあの胡蝶蘭がほしい」と言っただけのような花づくりを目指しています。

**台湾の農業団地で胡蝶蘭生産に着手
将来的にはアジアの富裕層に向けに生産**

——台湾進出を決意されたのは、どのような経緯からでしょうか。

子供を後継者にはしないと決めていました。しかし、長男が大学受験で進路を決めるときに「後を継ぎたい」と言い出しました。大学でバイオを学び、その後台湾師範大学の国際コースに進みました。当初は2年の留学予定でしたが、語学力に磨きをかけ、現地の習慣に慣れるには3年はかかると聞き、さらに1年を台湾で過ごさせました。3年間居住すれ



台湾の地図

ば運転免許証も取得できます。

3年経ったところで、親元で仕事をすればどうしても甘えてしまうので、それよりも台湾で会社を設立し、社長となって一からやることを勧め、当社とは別会社の現地法人「仁蘭園有限公司」を設立しました。私が個人として出資はしていますが、台湾の農場は長男の仕事の場ということになります。

現在の当社の全ての苗を賄うだけでも1.5万㎡の広さが必要となりますが、まずは台南市の農業団地に約1万㎡を賃借して生産を開始し、将来的には3万㎡ぐらいまで広げたいと考えています。

——仁蘭園からモテギ洋蘭園という海外リレー栽培になるわけですね。

今も台湾や中国の業者と海外リレー栽培をしています。いい苗が来ないので苦勞をしています。我々が行って技術指導をするのですが、全く改善されません。日本人なら苗の95%を製品にすることができますが、台湾や

中国だと60%で当たり前です。輸送の途中で苗が40%なくなってしまうのも当たり前なのです。これが、自分のところでやるしかないという台湾進出の理由の一つです。

——そのほか、台湾で生産するメリットはどこにありますか。

台湾や韓国は国土が狭いので輸出で稼ぐ政策をとっています。国で農業団地を整備して借り手を募り、そこでどんどん生産して輸出する振興策をとっているのです。農業団地はきちんと四角に区切られ、ハウスがずらりと並んで工業団地のようです。日本のように狭いところで作業するのは効率が違います。

また、農業電力といって農業に特権を与えた電力料金になっています。それにより電気代は日本の25%。また、法人税も日本の40%に対して17%ですから、大きく違います。

さらに、今後の中国への輸出を考えた場合、日本からだとは植物検疫などで不利を受けることが考えられますが、台湾からだとはスムーズにいきます。中国をはじめとするアジアの富裕層に向けた胡蝶蘭の生産拠点ということももちろん視野に入れていきます。すでに海外で「モテギの胡蝶蘭が欲しい」と言われています。そうなれば3万㎡も現実的に必要になるでしょう。これからは、中国そしてベトナムなど東南アジア市場の開拓の時代です。

**夢を持ち、アイデアはすぐに実行に移す
失敗したときには戻る勇気も必要**

——経営理念や好きな言葉はありますか。

「やればできる」が好きな言葉です。「発心、継続、実行」これしかないといつも言っています。要するに、アイデアを出したらすぐに実行する。そして、失敗したら戻ればい

いのです。ただ、失敗を認めたくないから戻るには勇気がいりますけれどもね。夢を持ち、やればできると進んでいけば、5年ぐらい経てばたいていのものはいつの間にか手の上にあります。実際、そのようにして歩んできました。夢があれば努力もします。また、そうした夢を実現するプロセスも楽しいものです。

2011年に神奈川県の川崎花卉園芸北部市場に「川崎温室」がオープンしました。「駅ナカ」の集客力が良くなって、「サービスエリア」も良くなった。次は「市場」だと考えています。セリが終わると閑散としていた「市場」に、温室があれば人が集まってきます。温室には、スーパーアマビリスやMS-PINKなど最新の品種や希少品種など常時300鉢以上を揃え、東名川崎インターに近く、高級住宅街も控えた場所という立地条件で好調です。

FM群馬ではCMを流しています。CMの最後の方で「ラン、ラン、胡蝶蘭。モテギ、モテギ、洋蘭園」という曲が流れますが、その作詞、作曲はカステラの文明堂のCMのイメージで私が作りました。

——次々にいろいろなアイデアが浮かんでくるものですね。

お金は貯めるよりも使う方です。アイデアが浮かんだらすぐにそれをどうやってやろうかと考えます。仕事が趣味ではないけれども、二日休みがあったらやっぱり温室に入っています。

——お祝いごとに欠かせない高級な花というイメージの胡蝶蘭。胡蝶蘭のイメージ戦略に茂木社長の果たした役割は大きいと思いました。数年後、アジアの人々が「仁蘭園の胡蝶蘭でなければ」と称賛する日がくることが大いに期待されます。

本日は、ありがとうございました。