

特に、キュウリ・メロン等のウリ科野菜の接木においては、植物の性質上ほとんどの自動接木ロボットによる接木は更なる歩留まり悪化につながり、事実上現段階では人力による接木しか出来ないのが実態です。

ちなみに当社では、人的資源の豊富なエリアである有利性を活かし、安定した雇用を確保しつつ、人力による接木を実行し、且つ高度な技術が必要なウリ科の接木には経験のある「正社員」が対応しています。

それほどウリ科の接木は、人的資源と技術力の裏づけがないと、安定供給は不可能な商品なのです。

## 2) マーケットの側面

果菜類の苗の「定植」(本圃に植え込むこと)には、キュウリ・トマト等商品毎、地域毎に、大きな季節変動が生じます。(例：熊本県のトマトの定植は9月・茨城県のメロンは1月等)

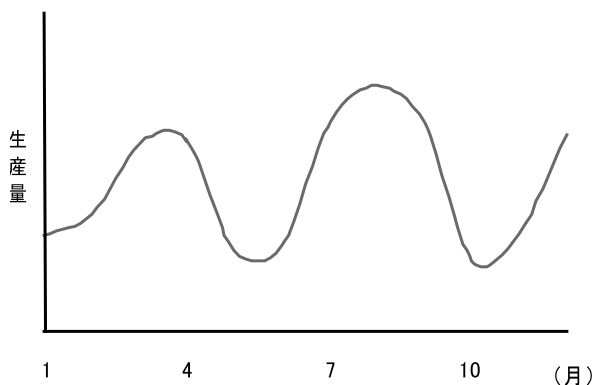


図3 接木苗の生産量と季節変動 (イメージ)

そのため、県単位で見ると苗需要そのものがある一時期に集中し、その他の期間は仕事が無くなることとなります。ナーサリー事業の難しさは、年間を通しての「稼働率」の維持が難しいことに起因します。

特に、県単位の各経済連が赤字経営を余儀なくされ、近年「縮小・撤退」をしているのは、補助金による採算性を無視した計画に起因していると考えます。

大手企業である種苗メーカーのナーサリー展開も、主力商品である「種販売」のためのナーサリーセンターの一展開であったことが、経済連同様、収益性の視点無き展開とすることができるでしょう。

ちなみに、当社は早めに全国レベルの販売網を達成したことを背景に、春は関東エリアのキュウリ・トマト、夏から秋にかけ九州・四国・東海エリアのトマト・キュウリ、冬は茨城メロン・関東エリアのキュウリ等、年間を通して安定した受注のもとに、苗生産を高稼働率で行っています。

## 3) 経営的な側面

当社は2005年度には年商18億円を達成し、この業界ではダントツで、当社に次ぐ企業の規模は年商3~5億円に留まっています。

他社との格差の原因としては、生産量の拡大には安定した需要とそれに伴う生産体制等、企業経営の組織化が不可欠ですが、当社はそれをなしとげたことが挙げられます。

逆に言えば、他の業者は家業(家族単位：苗業者からの発注を請け負う生産業者等)での経営で「良し」とする経営者(自営業の農家的な経営)がほとんどであるということに起因していると考えています。

## 5 弊社の特色

### 1) 接木苗業界のダントツのトップ企業です

当社は、2005年度売上高18億円、接木販売本数14百万本(接木流通苗2億5,000万本のマーケットの6%)と、繰り返しますが育種業界のダントツのトップ企業です。

私は、2003年日本野菜育苗研修会会長(育苗業者主体2006年4月末現在の加盟社数98社)に就任、業界のトップリーダーとして奮闘中です。

特に、今年6月に導入された「農業履歴表示の義務化」にあたっては、業界を代表して「関係省庁」との折衝にあたり、育苗業界トップリーダーとして、大いに頑張らせて頂きました。