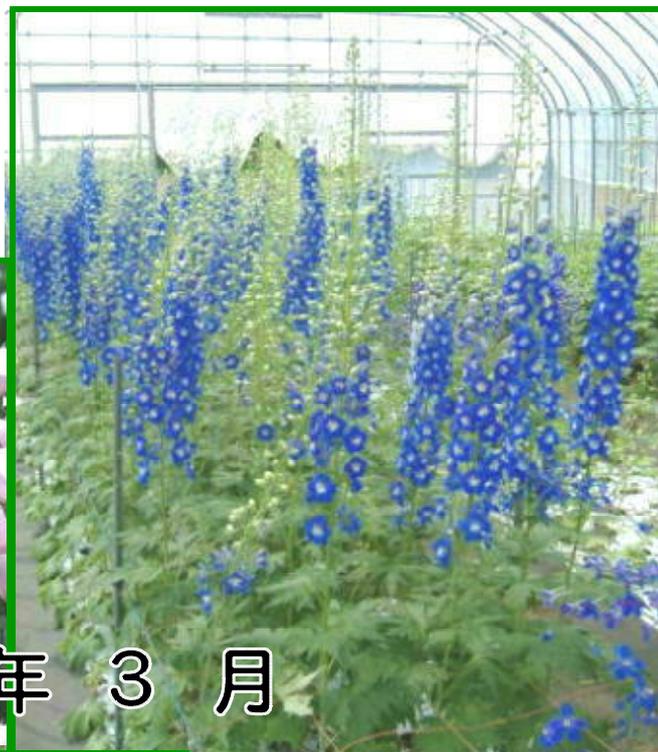




青森県花き振興指針



平成18年3月

青森県農林水産部農産園芸課



はじめに

本県では、夏季冷涼な気候や豊かな水資源、生産力の高い農地、蓄積された生産技術などを活用して、消費者が求める安全・安心で良質な農産物を生産し、「売れる商品」として積極的に売り込んでいく「攻めの農林水産業」を展開しています。

このような中で、本県の花きは恵まれた環境で育ち生産者の技術も高いため、関係方面から「色鮮やかで日持ちが良い花」との高い評価を得ているものの、夏場以外は出荷量が安定しないことから、産出額は平成10年に40億円を突破して以降横ばい傾向となっています。

また、米の生産調整が強化されている中で、米価が低迷し、稲作主体の地域では農業所得が激減していることや、平成19年産から担い手に施策を集中する品目横断的経営安定対策が導入されることから、高収益が期待できる花き生産の担い手と産地の育成による農業所得の確保が急務となっています。

このため、「『攻めの農林水産業』推進基本方針」で掲げた目標を確実に達成し、農業者の所得確保、農業・農村地域の活性化を図るため、花き分野における取組みの方向を本書に集約しました。

関係者が同じ方向を目指しながら、花き産地の育成のための指導強化と県産花きの需要拡大を図っていただきますようお願いいたします。

平成18年3月

青森県農林水産部農産園芸課長

千葉 醇 一 郎

目 次

I 国内の花きを巡る情勢

1 生産の状況	1
2 輸入の状況	2
3 消費の状況	3
4 流通の状況	5
5 生産コストの状況	7

II 本県における花きの生産の現状と課題

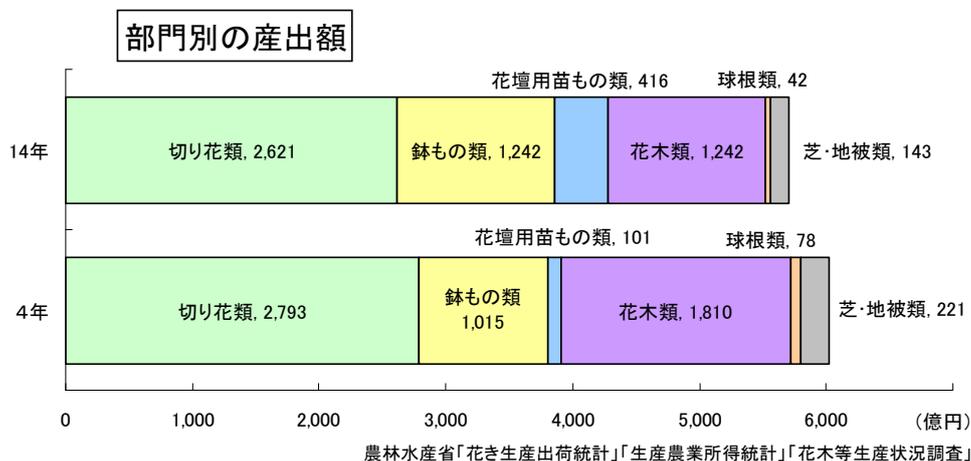
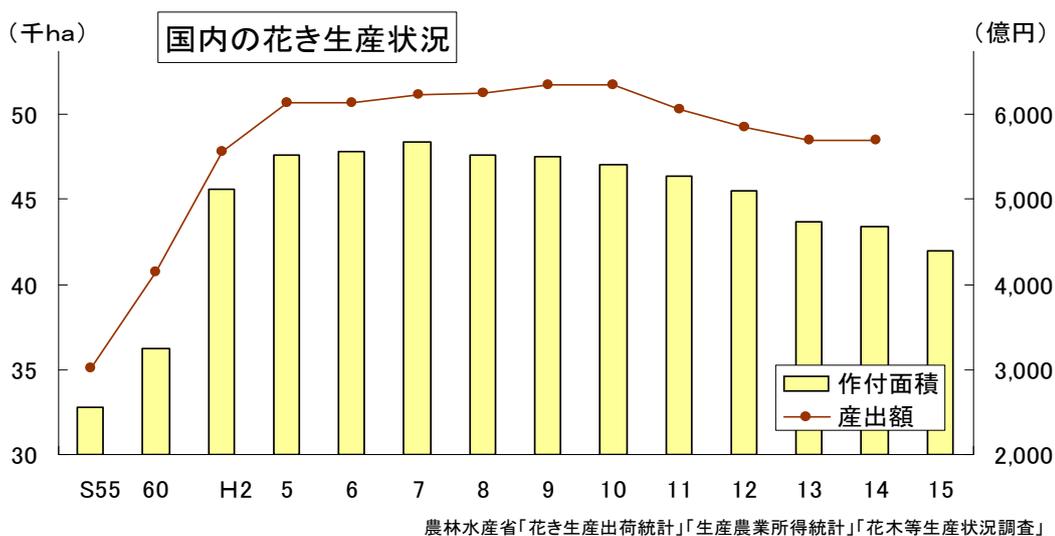
1 生産の状況	
(1) 全国における本県花きの位置づけ	8
(2) 本県農業における花きの地位	9
(3) 産出額の推移	9
(4) 作付面積の推移	10
(5) 栽培農家戸数の推移	11
(6) 生産組織の現状	11
2 流通の状況	
(1) 切り花類	12
(2) 鉢もの類、花壇用苗もの類	13
(3) 系統販売の推移	15
(4) 県内花き卸売市場の状況	16
3 生産・流通の課題	
(1) 見える産地の育成	17
(2) 既存産地の強化	17
(3) 品質の向上	18
(4) 生産施設整備の拡充	18
(5) 病虫害、連作障害等への対応	20
(6) 長期出荷、作型の分散化	20
(7) 本県の気候や立地条件を生かした生産	21
(8) 日持ち性向上に対する取り組み	22
(9) 多様化する流通への対応	23
(10) 多様な消費者ニーズへの対応	23
(11) 消費拡大への対応	24
(12) 販売促進の強化	25
(13) 花き生産の担い手の育成・確保	26

Ⅲ 花き振興のための基本的な方針と具体的な取組方向	・ ・ ・ ・	27
1 青森県らしさを生かした特色ある産地づくり		
(1) あおもりらしさを生かした花きの導入	・ ・ ・ ・	28
(2) 既存産地の強化	・ ・ ・ ・	33
(3) 気候立地条件を生かした生産の拡大	・ ・ ・ ・	36
(4) 環境に優しいクリーンな花き生産	・ ・ ・ ・	38
2 高品質な花づくりの追求と実践		
(1) 高品質生産に向けた栽培技術の向上	・ ・ ・ ・	41
(2) 施設化の推進と先進的な技術の導入	・ ・ ・ ・	42
3 日持ち・鮮度の良さを目指した流通・販売体制の構築		
(1) バケット低温流通の促進	・ ・ ・ ・	44
(2) 日持ち・鮮度の良さをアピールした販売と体制整備	・ ・ ・ ・	46
(3) 多様化する取引形態への対応	・ ・ ・ ・	47
(4) 生産・出荷者と卸売業者・小売業者との連携	・ ・ ・ ・	49
4 多様なニーズに対応した生産の拡大		
(1) オリジナル品種の開発と活用	・ ・ ・ ・	51
(2) ホームユース用花きの低コスト多収生産技術の確立	・ ・ ・ ・	53
5 需要拡大の推進		
(1) 販売チャネル、情報発信等の充実	・ ・ ・ ・	55
(2) 花きを暮らしに取り込む活動の普及	・ ・ ・ ・	55
6 花き生産の担い手の育成・確保		
(1) 担い手・経営体の育成	・ ・ ・ ・	57
(2) 生産組織の育成と指導體制の確立	・ ・ ・ ・	58
Ⅳ 花き生産目標	・ ・ ・ ・	59

I 国内の花きを巡る情勢

1 生産の状況 ～面積・産出額とも減少傾向～

- (1) 花き作付面積は、平成7年をピークに減少し、平成15年で41,955haとなっています。
- (2) 花き産出額は、景気低迷による業務需要の減退と輸入花きの急激な増加で価格が低迷し、平成10年をピークに減少に転じましたが、平成14年は前年よりやや増の5,706億円と下げ止まりの傾向が見え始めています。
- (3) 産出額の部門構成は、平成14年で切り花類46%、鉢ものの類22%、花壇用苗ものの類7%、花木類22%、その他3%となっており、平成4年に比べ切り花類94%、鉢ものの類122%、花壇用苗ものの類413%、花木類69%とガーデニングブームを背景に花壇用苗ものの類が大きく増加しています。
- (4) 花き栽培農家戸数は、平成15年125,697戸で、平成5年に比べ約24,000戸減少しています。
- (5) 平成14年における産出額の上位都道府県は、愛知県、千葉県、福岡県、静岡県、埼玉県の順で、青森県は40位となっています。



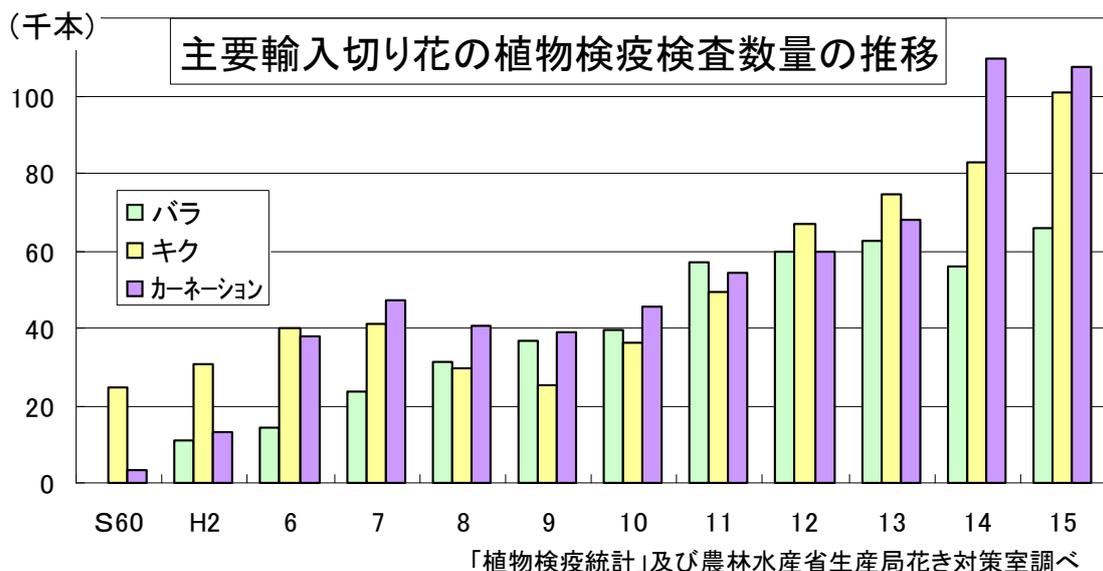
2 輸入の状況 ～日本の花き市場は狙われている～

- (1) 外国資本による日本の花き市場を標的にした生産が増え、花きの輸入量は年々増加し、卸売市場の取扱い金額の約10%を占めるようになっていきます。
- (2) 国内で生産、消費の多いキク、バラ、カーネーションの平成15年の輸入量は平成10年に比べ、それぞれ2.8倍、1.7倍、2.4倍と増加が著しくなっています。
- (3) 主要輸入国は、タイ、コロンビア、韓国、マレーシア、ニュージーランド、台湾、オランダの順となっており、輸入相手国が多様化しています。
- (4) 輸入花きは、花束加工業者との直接取引が主体でしたが、低価格での大量提供や長期安定供給の体制が整備され、実需者等への直接配送、ミックス出荷、少量多品種注文対応などのサービスも充実し、販売先が拡大してきています。
- (5) 日本の花き市場は国際的にみて高価格で取引される一大市場であることから、今後も輸入が拡大する可能性があります。

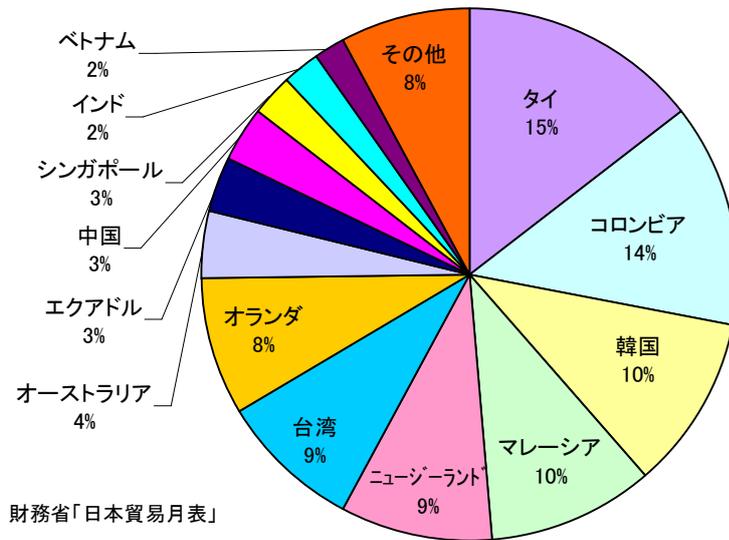
表－1 主要輸入品目と輸入量、輸入国 (単位：百万本)

種類	数量	主な輸入先 (輸入数量)
キク	101.0	マレーシア(36.4)、韓国(22.9)、中国(15.4)、台湾(13.5)
バラ	65.6	インド(30.5)、韓国(20.8)、ベトナム(2.9)、ケニア(2.6)
カーネーション	107.2	コロンビア(76.9)、中国(18.2)
ラン類	154.3	タイ(118.7)、台湾(15.5)、シンガポール(12.7)、マレーシア(4.4)
シダ類	89.5	コスタリカ(27.2)、中国(10.8)、米国(7.1)、インドネシア(5.1)

「植物検疫統計」及び農林水産省生産局花き対策室調べ

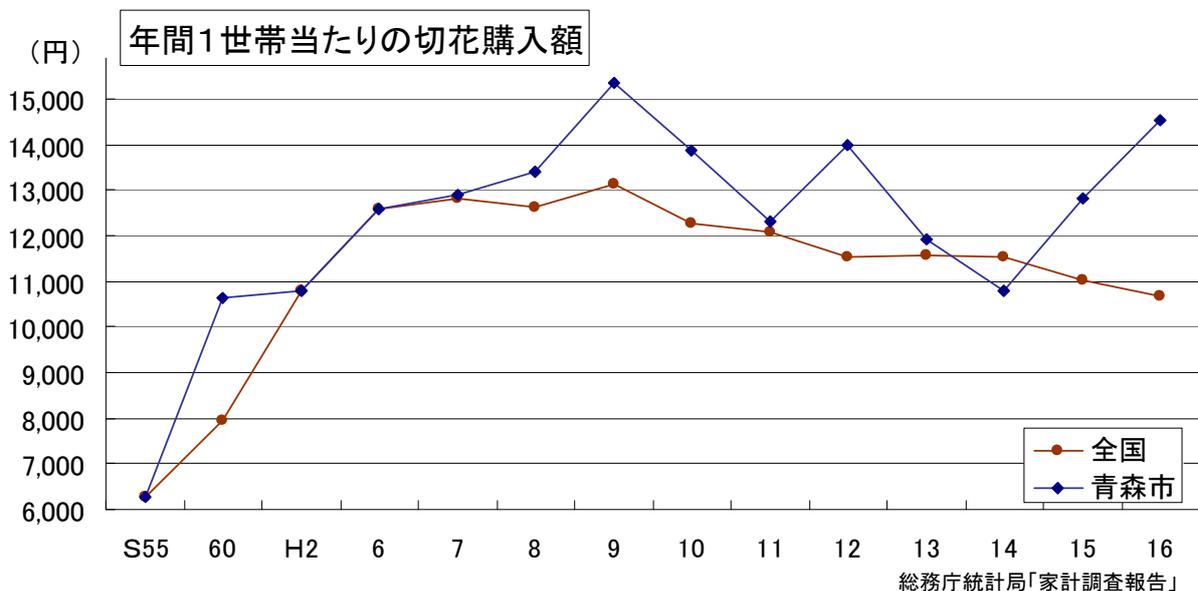


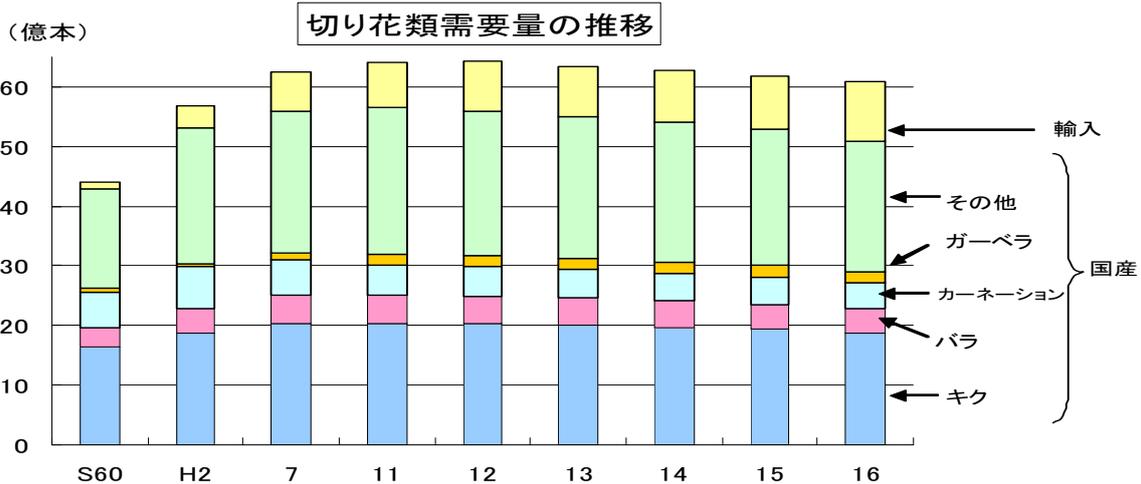
国別切り花輸入数量の比率(平成15年)



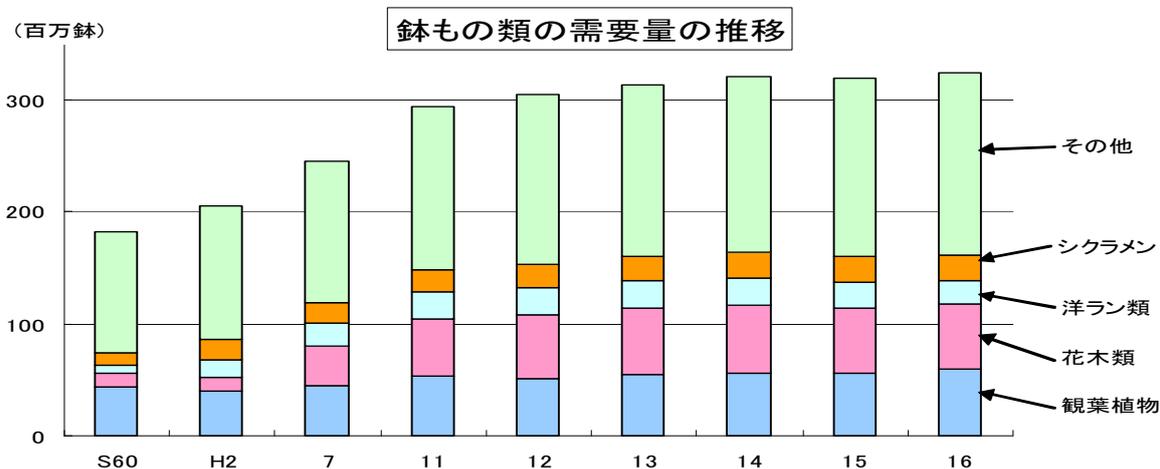
3 消費の状況 ～消費の主体は日持ち性重視のホームユースへ～

- (1) 花きの需要は経済成長と共に拡大を続けてきましたが、平成12年前後をピークに横ばいないし微減傾向に転じています。しかし、国の花き産業振興方針では、需要拡大対策の実施によりホームユース需要の増加を見込んでおり、平成27年の需要は平成15年対比で8%増を見込んでいます。
- (2) 実際、花き全体の需要は、業務用の割合が低下していることから、平成6年から横ばいないしは減少傾向にあるものの、家庭用の割合は高まってきています。
- (3) そのため、今後は消費者が求める日持ち性等の品質向上とともに値頃感が一層求められるなどの傾向が強まってきています。

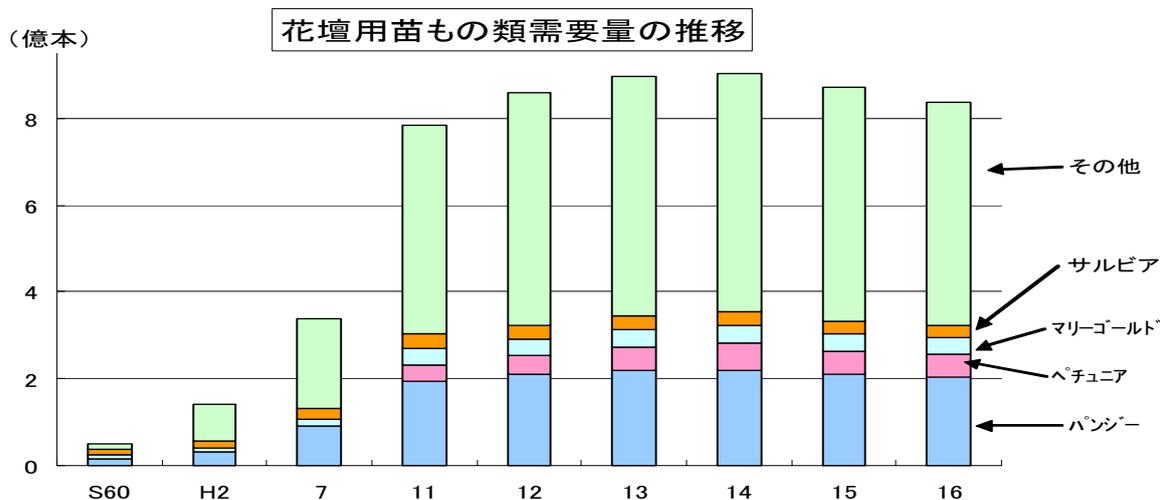




農林水産省統計部「花き生産出荷統計」、農産園芸局「花き類の生産状況等調査」
 注) 鉢ものの類の輸入量は全体と比較して少量と見られ、数量の把握も困難であるため、
 需要量=国内生産量+輸入量としている。
 H16は概数値



農林水産省統計部「花き生産出荷統計」、農産園芸局「花き類の生産状況等調査」
 注) 鉢ものの類の輸入量は全体と比較して少量と見られ、数量の把握も困難であるため、
 ここでは需要量=国内生産量としている。
 H16は概数値

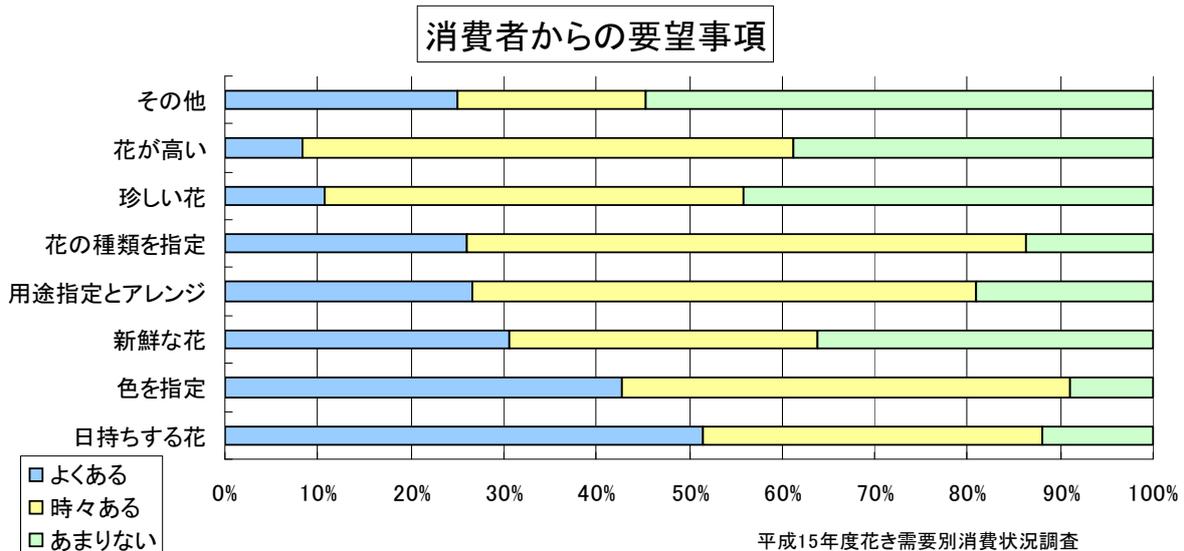


農林水産省統計部「花き生産出荷統計」、農産園芸局「花き類の生産状況等調査」
 注) 鉢ものの類の輸入量は全体と比較して少量と見られ、数量の把握も困難であるため、
 ここでは需要量=国内生産量としている。
 H16は概数値

表－2 切り花の販売業務割合 (単位：%)

区 分		H2年	H6年	H9年	H15年
店頭 売り	家庭用		25.7	27.8	27.2
	贈答用	49.4	29.7	28.7	29.3
業務用		25.9	24.0	22.1	23.3
稽古用		11.3	10.0	10.0	8.6
通信配達用		13.4	10.6	11.4	11.1

農林水産省「花き需要別消費状況調査」



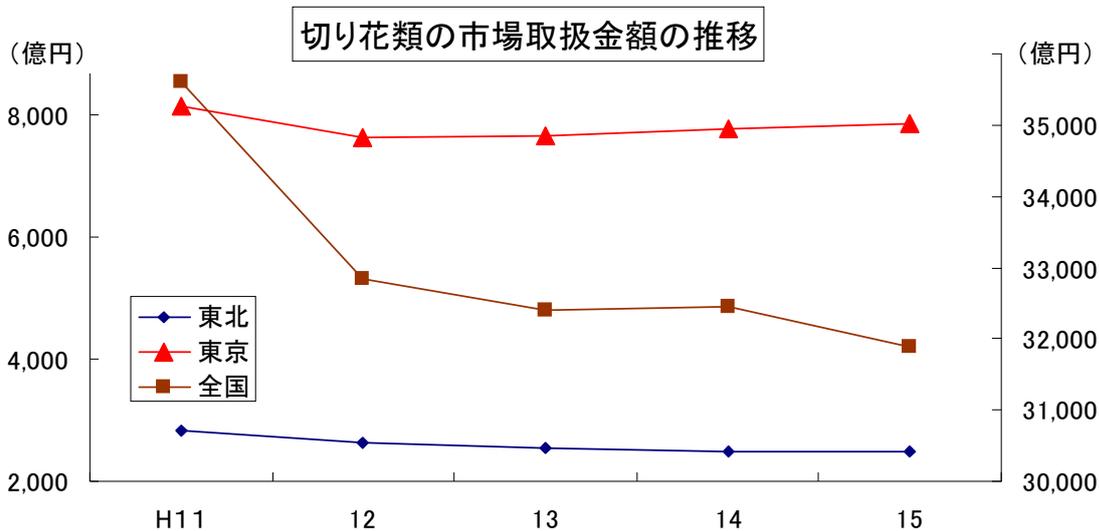
4 流通の状況 ～鮮度重視、流通チャネルは多様化～

- (1) 「新鮮で日持ちする花」の消費者ニーズに対応し、バケツ流通がバラ、カスミソウなどで増加しています。
- (2) 花きの流通は、卸売市場経由が80%を占め主体となっていますが、卸売市場法の改正により取引の大型化、予約相対取引が増加しています。また、近年、切り花の市場取扱額が全国的に減少する中で、首都圏では増加しており、中央集中の傾向が年々強まっています。
- (3) 市場外流通については、産地や輸入業者と量販店・実需者間での相対取引、生産者によるインターネット販売、インターネットを活用したIT市場、生産者による直接販売など新しい流通形態が出現しており、花き全体の流通量に占める割合が拡大しています。
- (4) 花きの販売は、小売店や専門店が主体でしたが、束売りを主体とした量販店や直売所での販売が増加しています。

表－3 花き取扱い店種別販売額 (単位：億円)

店種	H6年	H9年	H14年
花き等専門店	7,388	7,708	7,037
食品スーパー	166	266	182
ホームセンター	281	258	328
その他小売業	523	882	1,053

経済産業省「商業統計表」



(社)日本花き卸売市場協会「花き市場流通調査概要」

表－4 花き卸売市場の取扱高及び市場経由率の推移

市場区分	H2	8	9	10	11	12	13	14
中央卸売市場	833	1,476	1,525	1,562	1,474	1,392	1,556	1,555
地方卸売市場	3,721	3,973	4,006	4,001	3,742	3,392	3,319	
合計	4,554	5,449	5,531	5,563	5,216	4,784	4,875	
卸売市場経由率	82.3	84.1	85.5	85.6	83.7	79.1	79.6	

農林水産省総合食料局流通課調べ

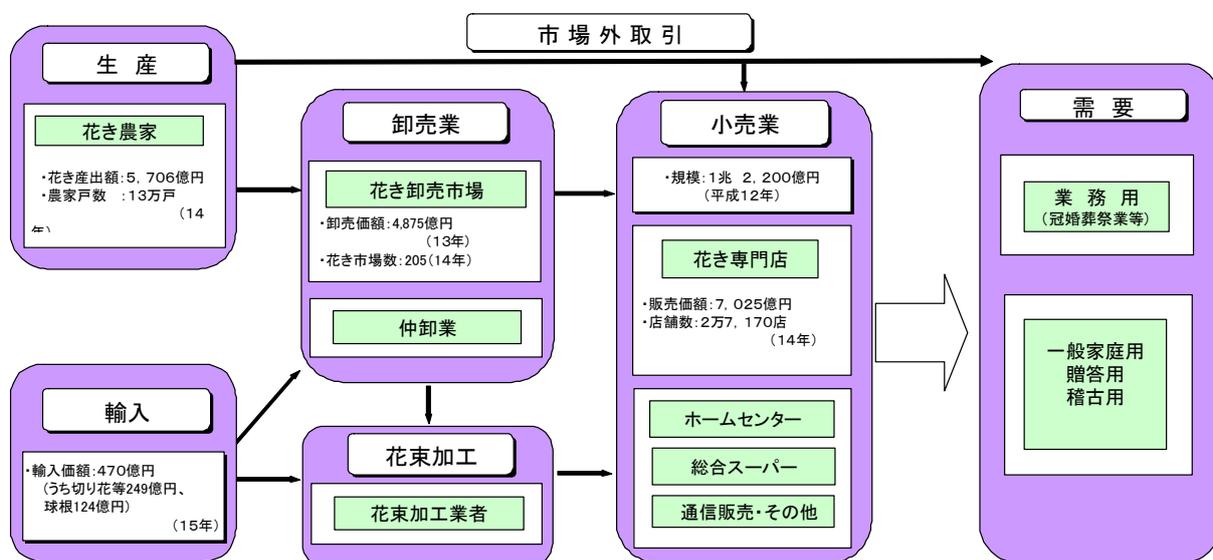


表-5 バケツ出荷状況 (単位：百万本、%)

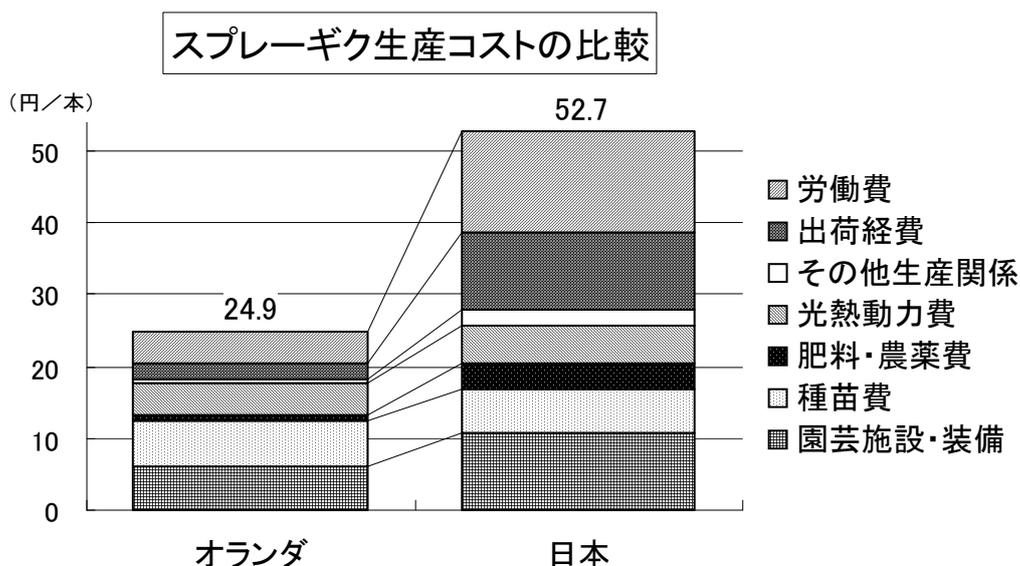
項目 年次	切り花		うちバラ	
	出荷数量	バケツ率	出荷数量	バケツ率
平成8年	9.6	0.17	7.7	1.62
9年	10.4	0.18	8.5	1.73
10年	11.2	0.20	9.5	1.99
11年	14.7	0.26	9.1	1.88
12年	19.5	0.35	12.7	2.75
13年	34.5	0.63	20.2	4.48
14年	56.5 (106.2)	1.04 (1.96)	34.6 (60.0)	7.93 (13.8)
15年	84.1 (188.5)	1.59 (3.55)	39.4 (71.9)	9.51 (17.4)

農林水産省及び(社)日本花き卸売市場協会調べ

() はリウエイタイプを含めた湿式輸送の合計

5 生産コストの状況 ～海外に比べ2倍の生産コスト～

(1) 生産面では全国的に低コスト耐候性ハウスの導入等による低コスト化の進展は見られるものの、昨今の原油の高騰による暖房費の増加や施設資材、生産資材の価格が上がっていること、省力化等の遅れなどにより、依然として海外に比べて生産コストが高く、一層の努力が求められています。



資料 日本:愛知県事例(H14)

オランダ:: Groenten-suijbloemen-potplanten「kwantitatieve Informatie voor de Glatuinbouw」(H12)

Ⅱ 本県における花きの生産・流通の現状と課題

1 生産の状況

(1) 全国における本県花きの位置づけ ～全国40位の産出額～

本県の花き生産は、全国的に見ると少なく、平成15年の産出額、作付面積とも全国の0.6%、農家戸数は1.1%となっています。

また、平成14年の産出額の順位は40位となっており、種類別では、切り花の産出額、出荷量がともに37位、鉢ものの産出額、出荷量が22位と12位、花壇用苗ものの産出額、出荷量が32位と37位となっています。

表－6 花き生産の推移 (単位：百万円、ha、戸)

項目	年	3	4	5	6	7	8	9
産出額	全国	558,292	601,795	614,017	614,200	623,300	626,500	634,200
	東北	20,724	21,858	24,009	26,600	29,300	29,700	30,900
	青森	1,538	2,012	2,309	3,049	3,318	3,482	3,704
作付面積	全国	46,019	46,143	47,393	47,789	48,421	47,627	47,506
	東北	2,330	2,330	2,454	2,476	2,356	2,631	2,544
	青森	157	178	191	231	250	264	270
農家戸数	全国	147,661	149,661	149,964	148,668	145,908	145,538	146,116
	東北	11,373	11,246	11,634	11,502	—	12,076	12,727
	青森	1,093	1,094	1,085	1,236	1,298	1,363	1,466
項目	年	10	11	12	13	14	15	16
産出額	全国	634,600	634,500	585,800	569,500	570,600	547,000	—
	東北	32,700	30,800	31,900	32,300	33,100	31,800	—
	青森	4,010	3,862	3,618	3,483	3,435	3,391	3,978
作付面積	全国	47,070	46,783	45,548	43,666	43,455	41,980	—
	東北	2,777	2,725	2,730	2,707	2,585	2,549	—
	青森	265	267	261	262	253	244	237
農家戸数	全国	140,345	147,029	134,537	130,932	125,843	125,697	—
	東北	—	12,647	12,133	11,837	11,568	—	—
	青森	1,526	1,523	1,503	1,496	1,477	1,402	1,380

農林水産省統計部「花き生産出荷統計」、農産園芸課調べ。—はデータ未公表

(2) 本県農業における花きの地位 ～県農業産出額の1.4%～

平成16年における本県花き生産は、産出額39億8千万円、作付面積 237ha、農家戸数 1,380戸で、県農業産出額2,953億円の1.4%、県内総農家戸数6.5万戸の2.1%となっており、花きが占めるウェイトは低い状況にあります。

しかし、10a当たりの産出額では1,677千円、1戸当たりの産出額では2,883千円と、他の作目と比べて集約的で生産性が高い作目です。

表－7 青森県における花きの地位 (単位：百万円、ha、戸、%)

区 分	S60	H元	H5	H10	H16
農業産出額(A)	340,753	317,255	255,214	280,138	295,300
花き産出額(B)	581	1,060	2,309	4,010	3,978
(A) / (B)	0.17	0.33	0.90	1.43	1.35
総作付面積(C)	166,400	168,600	168,100	164,500	159,700
花き作付面積(D)	63	125	191	265	237
(C) / (D)	0.04	0.07	0.11	0.16	0.15
総農家戸数(E)	97,046	92,690	72,460	75,180	65,390
花き農家戸数(F)	560	925	1,185	1,526	1,380
(E) / (F)	0.58	1.00	1.64	2.03	2.11
10a当り産出額(千円)	922	848	1,209	1,516	1,677
1戸当り産出額(千円)	1,038	1,146	1,949	2,628	2,883

農林水産省「花き生産出荷統計」「生産農業所得統計」「花木等生産状況調査」、農産園芸課調べ

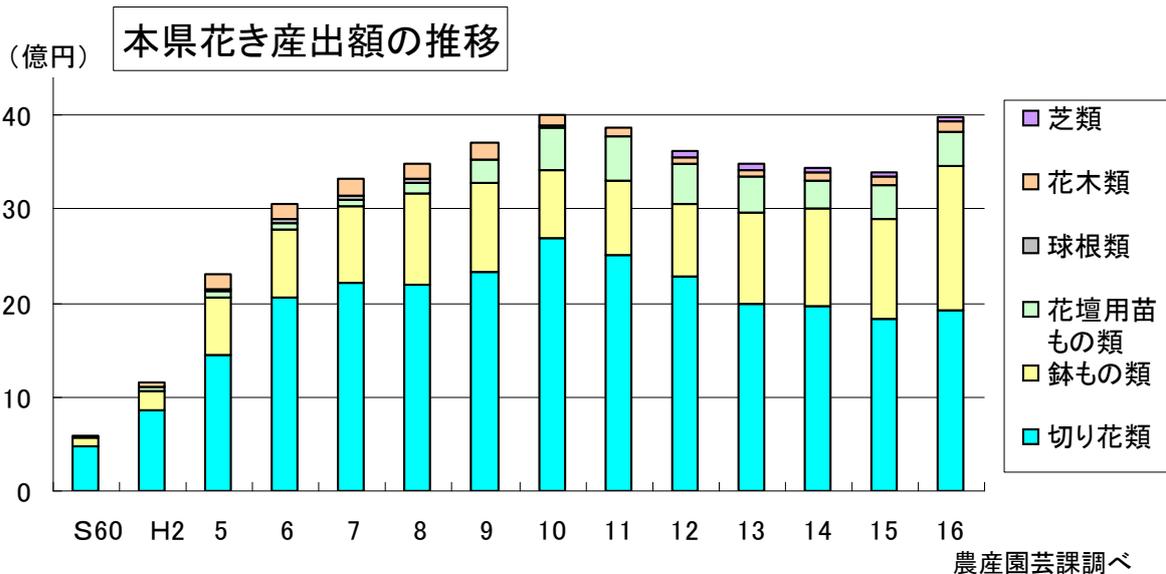
(3) 産出額の推移 ～平成10年以降、40億円を突破できず～

本県の花き産出額は、平成6年までは好景気による需要に支えられて順調に伸びてきましたが、バブル崩壊後は景気低迷で花きの需要が減り、価格も低下しました。こうした中で、伸び率は鈍化したものの、第2次花き振興計画に基づく施策を展開した結果、平成10年には40億円を超えました。

その後も、景気のさらなる悪化に加え、後継者・担い手の不足等の要因によりやや減少傾向にあるものの、平成16年で3,978百万円を維持しています。

部門別には、切り花類が1,914百万円で最も多く全体の48%を占めており、次に鉢ものの類が1,551百万円、花壇用苗ものの類が356百万円の順となっています。

また、品目別ではキクが700百万円で最も多く、バラが379百万円、トルコギキョウが131百万円、ヒマワリが70百万円、ユリ類が62百万円の順となっています。鉢ものの類では、サクラソウが120百万円、シクラメンが97百万円となっています。



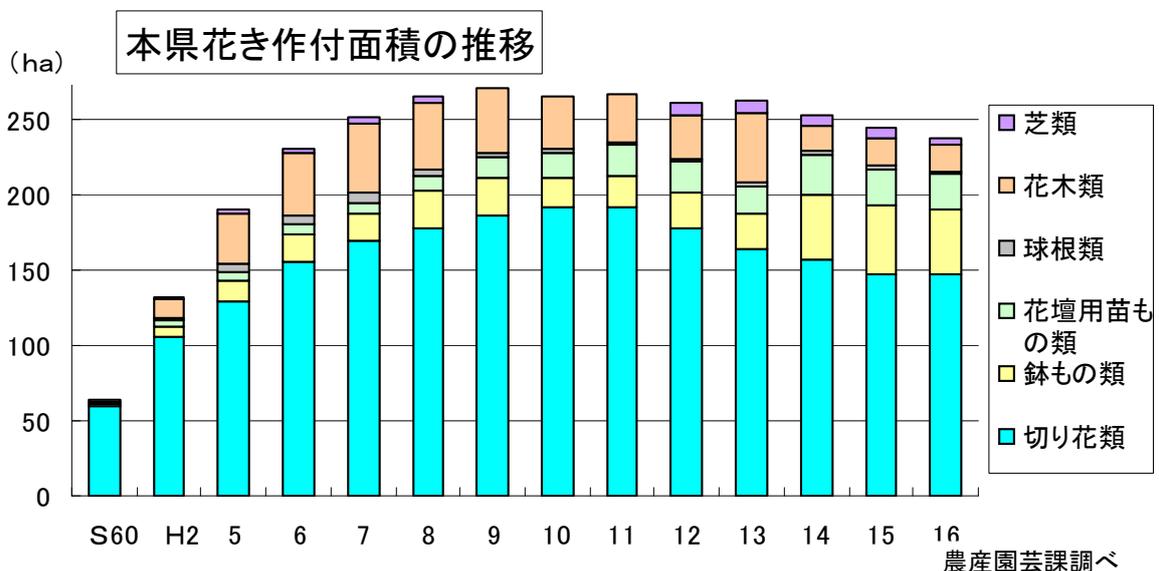
(4) 作付面積の推移 ～近年は横ばいからやや減少傾向～

平成16年の作付面積は 237ha で、内訳は切り花類が 147ha、鉢もの類が 43ha、花壇用苗もの 23ha、花木類 18ha となっています。この中で、施設栽培は 110ha で全体の46%、内訳は切り花類 83ha、鉢もの類 18ha、花壇用苗もの 9ha となっています。

品目別に見ると、切り花類で最も多いのがキクで 46ha、続いてサクラ類 14ha、トルコギキョウ 8ha、ヒマワリ 8ha、バラ 8ha、宿根カスミソウ 7ha、リンドウ 6ha、ユリ類 5ha となっています。

鉢もの類では、サクラソウ 7ha、シクラメン3ha となっています。

また、部門別の伸びをみると、平成6年に比較して、花き類全体で103%とほぼ横ばいですが、切り花類が94%とやや減少、鉢もの類が237%、花壇用苗もの類が384%と急増しています。

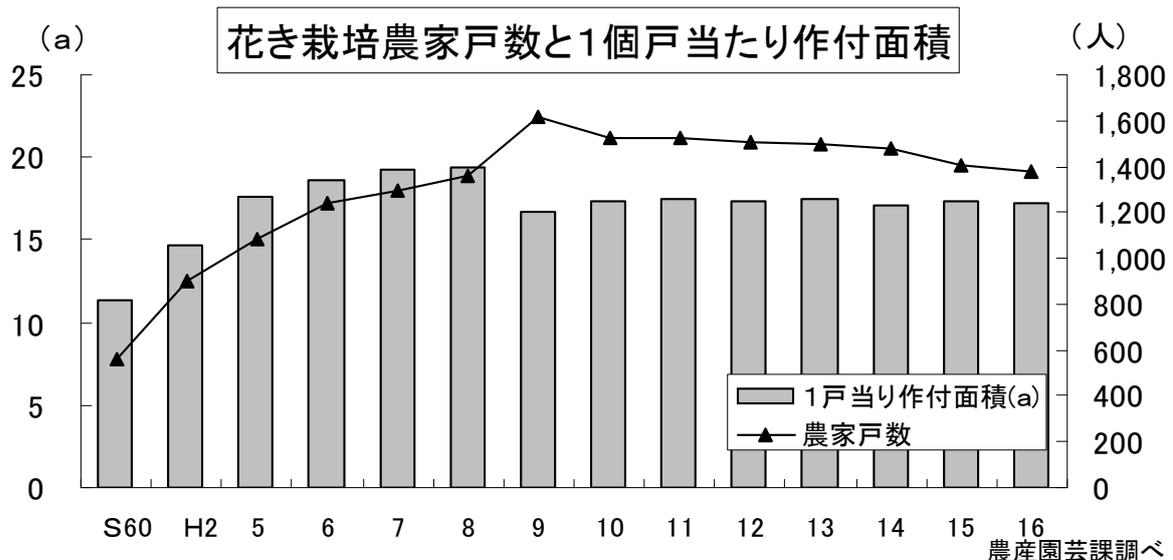


(5) 栽培農家戸数の推移 ～平成9年をピークに減少傾向～

栽培農家戸数は、平成16年で1,380戸となっており、平成9年の1,614戸をピークに減少傾向にあります。

部門別には、切り花類が1,128戸、鉢ものの類が101戸、花壇用苗ものが137戸（重複有り）となっています。

また、1戸当たりの作付面積は平成8年の19.4aをピークに平成9年には16.7aに減少し、その後はほぼ横ばい傾向で、平成16年は17.2aとなっています。



(6) 生産組織の現状

花き生産に係わる県内の主要な花き生産組織は「JA花き部会」のほか、旧農業改良普及センター単位に存在する「各地域花き生産者協議会」、「日本ばら切り花協会青森県支部」「女性フロリストドリームメイト」など任意団体が組織されています。

また、全県的な生産者団体として「青森県花卉振興協会」が存在していましたが、平成17年に解散し、現在は全県を網羅する生産者組織が無い状態にあります。

これらの組織は、生産技術の向上を共通の目標としていますが、複数の組織に重複加入する生産者が多くいます。

表－8 各組織の会員数とJA花き部会への加入状況

組織名	JA花き部会	青森県花卉振興協会	各地域花き生産者協議会	女性フロリストドリームメイト
区分				
会員数	718名	132名	823名	398名
内花き部会加入人数		110名	469名	80名

2 流通の状況

(1) 切り花類 ～約70%が県内流通～

本県産の切り花類の出荷数量は、平成16年で25,517千本となっており、その内、J A全農あおもりの取扱量は13,441千本でと53%が系統出荷となっています。

J A全農あおもりの出荷先は、県内が約40%、関東・関西が約40%、北海道・東北が約20%となっており、これに系統販売以外の切り花類のほとんどが県内市場での流通と推測して加えると、切り花類の約70%は県内で消費されていることとなります。

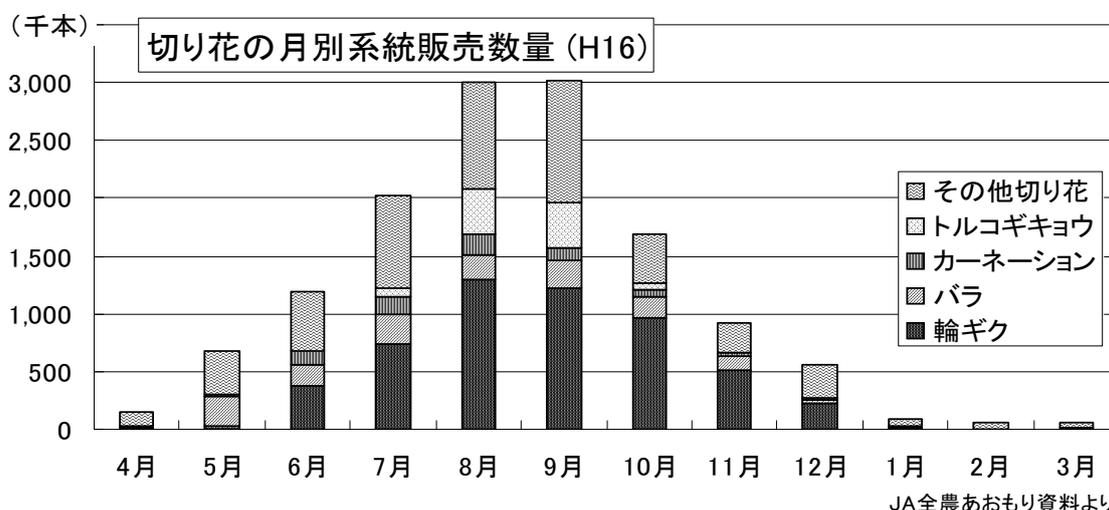
また、J A全農あおもりの月別出荷数量を見ると、平成16年では7～10月が多く、作型分化による出荷期の拡大を進めていますが、依然として夏秋期を主体とした出荷となっています。この中でアルストロメリアは周年出荷体制が整っており、また、1～4月の寒い時期は少なくなるものの長期出荷されている品目としては輪ギク、バラなどがあります。

一方、県内花き市場における県産切り花類の流通量は、全体の約20%と少ない状況にあります（青森市中央卸売市場）。県外産では、愛知県産、千葉県産が多く、次いで東京都となっていますが、これは東京の花き市場からの転送物が多いことによるものです。

表－9 J A全農あおもりの地域別切り花類出荷量（単位：千本、%）

市場区分	総計	割合
県内の花き市場	5,046	38
東北・北海道の花き市場	3,225	24
関東・関西の花き市場	5,170	38
合計	13,441	100

J A全農あおもりの資料より



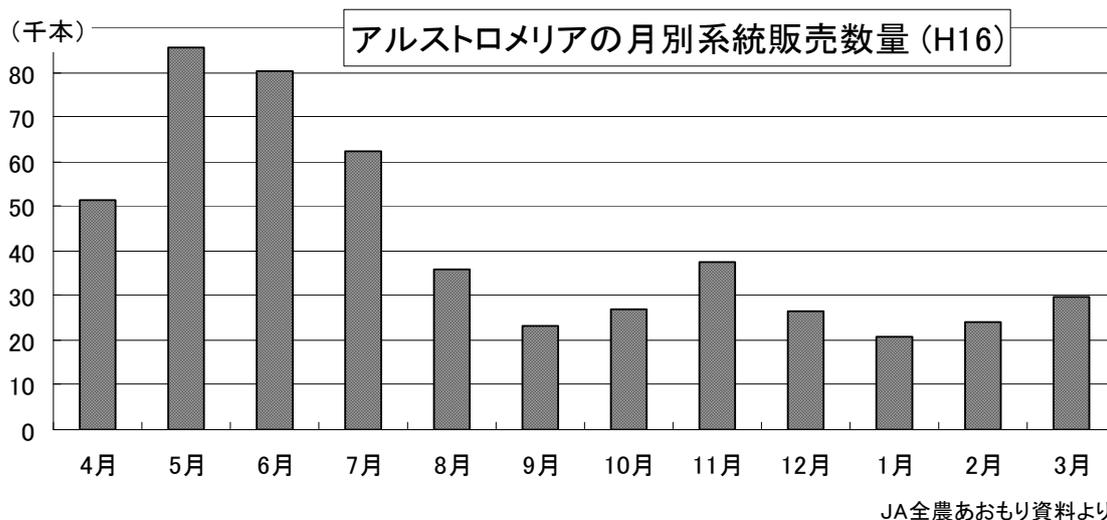


表-10 青森花卉市場における産地別切り花類取扱量 (単位：千本、千円、%)

県名	数量	割合	金額	割合
青森	4,240	21.8	256,224	20.5
愛知	2,319	11.9	153,222	12.3
千葉	2,252	11.6	130,257	10.4
東京	1,833	9.4	97,842	7.8
宮城	1,673	8.6	124,100	9.9
沖縄	1,413	7.2	67,712	5.4
山形	1,072	5.5	77,837	6.2
その他	4,692	24.1	341,458	27.3
合計	19,494	100.0	1,248,652	100.0

青森市中央卸売市場「市場年報」

(2) 鉢もの類、花壇用苗もの類 ～県内消費の約70%が県産品～

本県産の鉢もの類、花壇用苗もの類の出荷数量は、平成16年でそれぞれ10,118千鉢、7,546千鉢となっています。JA全農あおもりにおける取扱量はそれぞれ202千鉢、159千鉢と少なく、ほとんどが県内市場へ個人出荷されています。

近年は、大規模な施設栽培を行う企業が参入し、ミニバラなど小型の鉢ものを大量生産し、県外へ出荷している事例も見られます。

鉢もの類ではシクラメンが、花壇用苗もの類では関東方面への秋花壇用パンジーが中心で、10～12月に出荷が多くなっています。

青森市場における鉢もの類、花壇用苗もの類の流通状況を見ると、県産品が鉢もの類で約60%、花壇用苗もの類で約70%と高いシェアを保持しています。

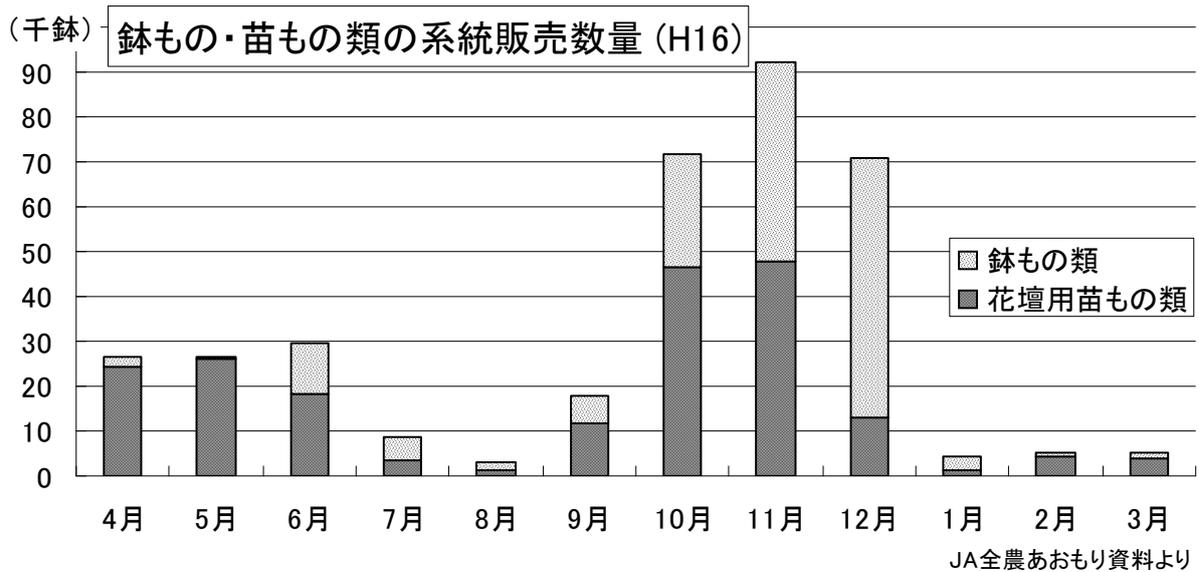


表-11 JA全農あおもりの地域別鉢もの・苗もの出荷量 (単位：千本、%)

	市場区分	出荷量	割合
鉢もの	県内の花き市場	39	25
	東北・北海道の花き市場	2	1
	関東・関西の花き市場	118	74
	合計	159	100
苗もの	県内の花き市場	126	62
	東北・北海道の花き市場	4	2
	関東・関西の花き市場	72	36
	合計	202	100

JA全農あおもり資料より

表-12 青森花卉市場における産地別鉢もの取扱量 (単位：千鉢、千円、%)

	県名	数量	割合	金額	割合
鉢もの	青森	162	57.0	46,592	59.1
	宮城	34	12.1	12,848	16.3
	福島	25	9.0	514	6.5
	合計	282	100.0	78,856	100.0
苗もの	青森	291	77.0	13,022	73.5
	宮城	26	6.8	1,345	7.6
	岩手	25	6.7	985	5.6
	合計	378	100.0	17,726	100.0

JA全農あおもり資料より

(3) 系統販売の推移 ～切り花の系統率は約50%～

J A全農あおもりは、昭和60年度に花き取扱事業へ本格的に参入し、その取扱金額は年々増加し、平成10年度には12億円と伸びてきました。しかし、近年は約10億円前後で横ばいとなっており、平成16年度の取扱金額は9億8千万円となっています。

取扱内容は、キク、バラ、トルコギキョウ、ヒマワリ、リンドウ等の切り花類が中心となっています。

平成16年の系統販売扱いは、切り花類産出額19億1千万円の約50%を占めています。

表-13 JA全農あおもりの部門別取扱状況の推移 (千本(鉢)、千円)

項目/年度	8年	10年	12年	14年	15年	16年	
数量	切り花類	13,908	16,083	16,067	14,323	13,461	13,441
	鉢もの類	73	144	86	159	174	159
	苗もの類	503	909	931	809	418	202
	合計	14,484	17,136	17,084	15,292	14,053	13,802
金額	切り花類	897,306	1,142,022	907,285	952,583	918,280	959,691
	鉢もの類	6,452	3,322	21,954	11,757	11,614	7,610
	苗もの類	32,005	61,280	43,314	41,755	18,805	10,042
	合計	935,763	1,206,624	972,553	1,006,095	948,699	977,343

J A全農あおもり資料より

表-14 JA全農あおもりの主要切り花類の取扱金額の推移 (単位：千円)

品 目	8年度	10年度	12年度	14年度	15年度	16年度
輪ギク	320,182	414,876	297,484	351,977	361,001	432,249
小ギク	15,597	22,097	12,877	12,895	9,492	11,322
スプレーギク	7,913	16,330	18,029	17,024	14,865	19,442
バラ	123,510	162,781	136,272	114,648	109,228	114,773
ストック	11,603	10,635	5,711	7,077	7,295	8,314
カーネーション	42,862	39,293	31,735	32,420	27,066	29,123
トルコギキョウ	90,841	114,808	74,306	69,343	75,441	74,092
ユリ	46,084	76,757	72,128	55,121	46,322	26,883
カスミソウ	32,417	45,113	33,003	31,652	34,336	26,994
スターチス	14,006	24,597	19,993	12,929	13,627	10,571
アスター	3,189	15,914	21,312	15,897	12,246	11,519
デルフィニウム	8,954	14,756	9,569	9,799	6,374	3,788
アルストロメリア	2,200	3,435	7,640	25,221	41,089	49,005
リンドウ	9,486	41,611	42,441	43,279	22,193	24,815
カラー	15,363	15,888	9,574	10,977	12,537	5,599
ヒマワリ	—	32,817	34,219	43,819	37,057	29,815
カンパニュラ				17,120	14,525	9,267

(4) 県内花き卸売市場の状況 ～県内花き流通の25%が県産品～

県内には、花きを専門に取扱う中央卸売市場が2市場、地方卸売市場が1市場、その他市場が2市場の合計5市場あるほか、一部、青果市場での花き流通も見られ、他県に比べると花きを扱う市場が多い傾向にあります。

県内市場において流通している花きは年間63,871千本、取扱高は41.88億円であり、そのうち本県産花きが、青森市中央卸売市場では25%を占めています。

表-15 青森市中央卸売市場花き部における種類別取扱額の推移 (百万円、%)

種類	平成10年		平成12年		平成14年		平成15年		平成16年	
	全体	県産								
切り花	1,762	467	1,495	349	1,290	291	1,229	274	1,199	256
鉢もの	99	66	86	50	74	42	81	48	79	47
観葉植物	20	9	20	12	21	13	24	12	22	15
花木庭木	17	9	16	5.7	14	7	13	8	15	7
苗もの	27	22	31	24	25	18	19	14	18	13
球根種子	10	1	1.3	0.07	0.7	0.2	1.0	0.2	0.3	0.0
その他	2	1.9	5.4	0.8	3.4	1.2	4.1	1.2	3.4	1.1
合計	1,930	576	1,655	442	1,428	372	1,372	357	1,337	339
県内産率		29.8		26.7		26.1		26.0		25.4

青森市中央卸売市場「市場年報」

表-16 県内卸売市場における県内産切り花類の取扱状況の推移 (億円、千本、%)

項目	県切り花合計		県内5卸売市場合計				県産品シェア	
	産出額	出荷額	取扱額 (A)	内県産品 (B)	取扱数量 (C)	内県産品 (D)	取扱額 (B/A)	取扱量 (D/C)
S55年	-	-	26	1.3	-	-	5	7
60	4.71	-	34.2	5.1	-	-	15	21
H2年	8.49	-	52	10.2	-	-	20	27
11	25.1	21.93	49.91	14.815	71,519	22,244	30	32
12	22.82	19.8	47.13	13.446	71,613	21,128	29	30
13	19.89	17.13	44.16	12.263	67,827	19,744	28	29
14	19.7	16.66	41.87		66,805			
15	18.37	16.13	41.97		66,409			
16	19.14	17.19	41.88		63,871			

各卸売市場資料を基に青森県農産園芸課で作成したもので、一部推定値を含む

3 生産・流通の課題

(1) 見える産地の育成

本県は、全国的には花き生産が少ないため、流通販売関係者や実需者の認知度が低い状況にあります。また、多品目傾向で、全国に通用するブランドが少なく、市場関係者からは、本県を代表する花、イメージさせる花の産地づくりが必要と指摘されています。

産地に定義はありませんが、一般的に花き産地の場合「定量もしくは需要に応じた量を継続的に出荷できる」「品質（外観・内部品質）が高く市場評価が高い」「他にない品目・品種を生産出荷できる」「市場・消費者のニーズに即応できる組織体制がある」などの条件があり、これらを総合的に満たす産地が産地力が高く、ブランド産地として認知されます。

また、他には真似できないものを出荷することも産地化へつながります。県を代表する「りんご」の花や実もの出荷が市場から求められていますが、生産が少ない状況にあります。また、早期秋冷、冬期間の低温、豊富な雪資源などの条件を十分生かした花き生産は、まだ少ない状況にあります。

こういった産地に求められる条件を一つずつクリアするため、技術レベルの向上、組織体制の整備などについて生産者の意識を高めるとともに、行政・関係団体が支援しながら産地づくりを進める必要があります。

(2) 既存産地の強化

これまで各JAを中心に花き産地が育成されてきましたが、どの産地も順調に生産が拡大しているわけではありません。

既存の産地では、これまで確立してきた栽培技術や品種構成、出荷体制などに縛られ、新たな取組み等に対し消極的な傾向が見られます。そのため、産地の課題を洗い出し、「商品づくり」を念頭に取組みの視点を改めていく必要があります。

生産面では、産地が古くなるほど連作による土壌への塩類集積、土壌病害の発生が多くなり、生産性・品質の低下が見られています。また、構造面では、生産者の高齢化によるリタイヤや担い手の不足などにより生産者が減少している状況にあります。

既存の産地は、様々な面で課題を抱えており、産地力を強化するためには強みを伸ばし、弱い部分は改善することが必要で、そのために産地を総点検し、優先順位をつけながら課題解決を図る必要があります。

(3) 品質の向上

花きの価格は、他の作目以上に色や形、長さ、病虫害の有無などの外観の品質によって大きく左右され、品質向上が経営上で最も大きな課題となります。

例えば、花きの単価は、品質以外にも品種・出荷時期等によっても左右されますが、8月出荷の農協別平均単価は、輪ギクでは82円から14円まで、トルコギキョウでは87円から17円までと大きな価格差があり、県内の農協の品質格差が大きいことや、農協内でも生産者間の技術格差が大きく、一定の品質を保てない現状がうかがえます。

品質向上のためには、生産技術の高度化による花そのものの高品質化と商品としての揃い、斉一性が必要です。

技術面では、本県で栽培されている花きの品目は多様で、それに応じた栽培技術が求められ、さらに、品種ごとの栽培技術や日長反応や休眠性などの生理生態の変った新品種の登場により、栽培方法が大きく変わるものもあります。また、作型によっては、新たな技術が必要となり、設備投資が必要な場面もあります。近年は、養液土耕や養液栽培などの新たな技術やアーチング栽培などの栽培方法もあり、より複雑化してきています。

商品としての揃いについては、生産者間の品質格差を無くし、一定の品質レベルを保つことが重要ですが、共選体制の整備が進んでいないことなどもあって、品質にバラツキが見られます。また、現在、各JA独自の規格が存在し、県全体で統一されていない現状にあるため、出荷規格をJA全農あおもりがリードして規格の統一化を進めています。

このことから、生産技術の向上による品質の向上とともに、JA間及びJA内の品質格差の是正が重要な課題となっています。

表-17 平成16年8月のJA別平均単価

農協名	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
輪ギク	82	75	75	71	70	66	60	59	40	28	14					
トルコギキョウ	87	83	79	75	69	58	57	53	52	51	47	46	45	30	20	17

JA全農あおもり資料より

(4) 生産施設整備の拡充

花き（切り花類）の施設化率は58%と低い状況で、露地栽培が多いため気象変動により生育や品質が不安定なことや、電照や遮光、加温機など基本的な施設が少ないことから、計画的な生産ができない状況にあります。品目によっては露地栽培に向くものもありますが、高品質な花きを計画的に安定して生産するためには、施設栽培が必要です。

品目別の施設化率は、カーネーション、トルコギキョウが100%と高い反面、輪ギクが88%、キク全体では63%と遅れており、天候不順による生育・開花の遅れや品質低下の大きな要因となっています。

また、輪ギクにおける電照施設の設置面積は1,401 a で輪ギク栽培面積の約50%と低く、遮光などの基本的な施設整備も遅れ、出荷時期のバラツキ、生産性・品質の低下を招いていることから、施設整備の推進が課題となっています。

また、生産を高度化する栽培方法や養液栽培、養液土耕栽培、移植機、選花機などの施設・省力機械等の普及率が低い状況にあり、1戸当たり作付面積を増やしていくための今後の課題となります。

表-18 加温設備の種類別設置面積(単位：10 a)

石油		電熱	太陽熱	地下 水等	石油 代替	合計
温風	温湯					
388	1	0	—	1	0	390

表-19 養液栽培の方式別設置実面積

ロックワール耕	その他	計
25	9	34

「園芸用ガラス室、ハウス等設置状況調査」

表-20 県内花きの施設化率

(単位：a、%)

種類名		作付面積	施設面積	露地面積	施設化率	
切	キ	輪ギク	2,834	2,484	350	88
		うち電照	1,401	1,401	0	100
	ク	スプレーギク	265	227	38	86
		小ギク	1,488	160	1,328	11
		キク計	4,587	2,871	1,716	63
		うち電照	1,414	1,414	0	100
り	バラ	761	761	0	100	
	カーネーション	284	284	0	100	
	トルコギキョウ	822	821	1	100	
	ヒマワリ	787	180	607	23	
	宿根カスミソウ	677	677	0	100	
花	リンドウ	621	35	586	6	
	ユリ	457	420	37	92	
	アスター	286	210	76	73	
	デルフィニウム	154	148	6	96	
	アルストロメリア	132	132	0	100	
	スターチス類	293	291	2	99	
	その他の切り花	4,839	1,471	3,368	30	
	切り花類計①	14,701	8,302	6,399	56	
	鉢もの類類②	2,339	1,804	535	77	
	花壇用苗もの類③	1,832	859	973	47	
合計 (①+②+③)	18,873	10,965	7,908	58		

(5) 病害虫、連作障害等への対応

花きの品質に大きな影響を及ぼす病害虫は、主要な品目では防除体系が確立されていますが、花きは品目が多いため、病害虫の発生実態が明らかになっていないものや、登録薬剤が少ないなど防除体制が不十分な状況にあります。さらに最近では、防除が困難な新病害虫の発生による切り花品質の低下が見られ、これらの発生実態の解明と防除体系の確立が重要な課題となっています。

また、花きの施設化に伴って、過剰施肥による塩類集積や土壌病害の発生が見られ、花きの生育に支障をきたす事例が多くなっていますが、その対策が不十分な状況にあります。そのため、花きの生育に支障をきたす事例が見受けられ、病害虫防除対策、土壌の健全化に向けた取り組みが重要となっています。

過剰施肥は、こういった問題だけでなく、河川や湖沼、地下水などの水資源を汚染する要因になることが懸念されています。日本土壌協会が調査した農業用水水質調査報告書（89年、90年）によると、調査地点（182地点）の約16%で高濃度の硝酸態窒素が検出され、最も高いものは 77.4ppmと日本の飲用水基準10ppm以下の約8倍の濃度となっていました。今後は地下水汚染への対応などの環境に優しい花き生産も求められてきます。

また、野菜等においては農薬に対する消費者の関心が高まっており、それに伴って法規の改正が行われています。花きについては、食用でないため消費者の関心はそれほど高くありませんが、登録農薬が少ない状況の中で適正な使用はもちろんのこと、ポジティブリスト制の導入に伴い、散布方法等についても適正化していく必要があります。

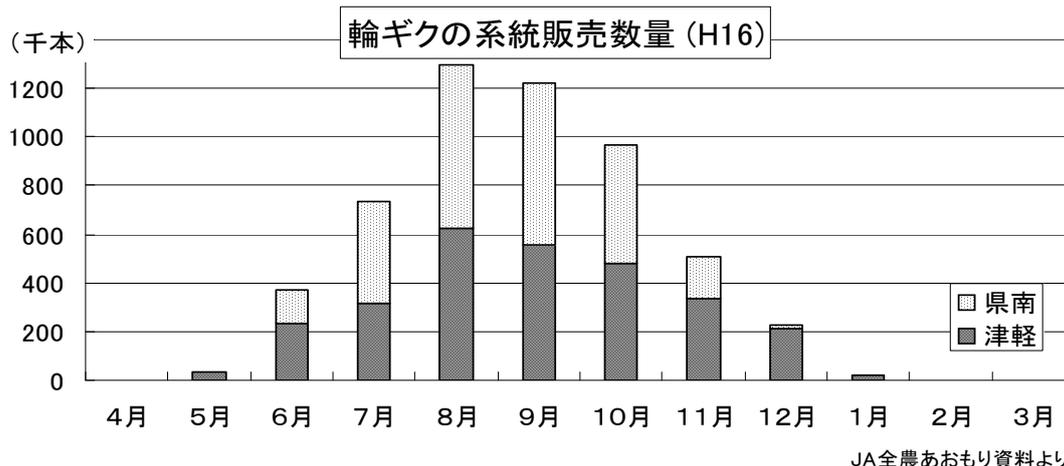
(6) 長期出荷、作型の分散化

本県は夏季冷涼な気候を生かした夏秋期出荷が中心であり、特に7月から9月の3か月間に集中しています。冬期間は気温が低く、日照が少ないことに加え、降雪が多いことから、晩秋から早春の生産量が極端に少なくなります。

例えば、平成16年の輪ギク系統販売実績を見ると、8～9月に出荷が集中し、11月～6月には出荷はあるものの、少ない状況にあります。

市場からは夏秋期の品質は高い評価を得ていますが、出荷が集中し過ぎるため、長期的な出荷が求められています。

このため、冬期間は低温による生育不良や暖房経費の増大などから生産には不利な条件下にあります。キク等ではシェード栽培による6～7月出荷や電照による11～12月出荷を拡大し、実需者から望まれる長期出荷体制を確立する必要があります。



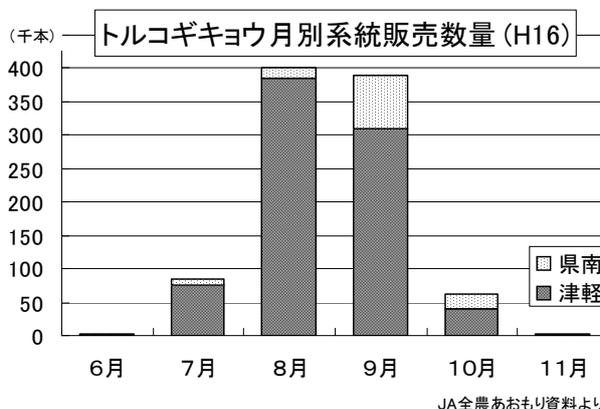
(7) 本県の気候や立地条件を生かした生産

本県は、比較的涼しい夏や早期秋冷、冬期間の低温など気候条件に富んでいるほか、日本海岸式気候区、太平洋岸式気候区の2つの気候区、平地から高冷地までの標高差による気候の違いがあり、それぞれ特色ある花き生産が可能となっています。しかし、県内全体でほぼ同じ時期に同一品目が出荷される傾向があり、気候の違いを生産に十分生かしていない状況にあります。

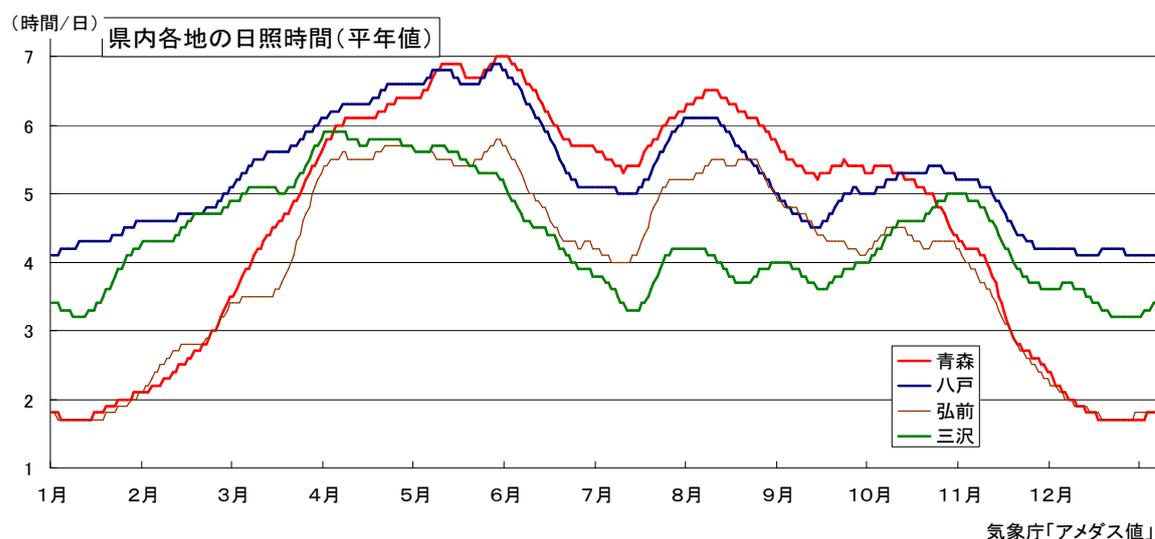
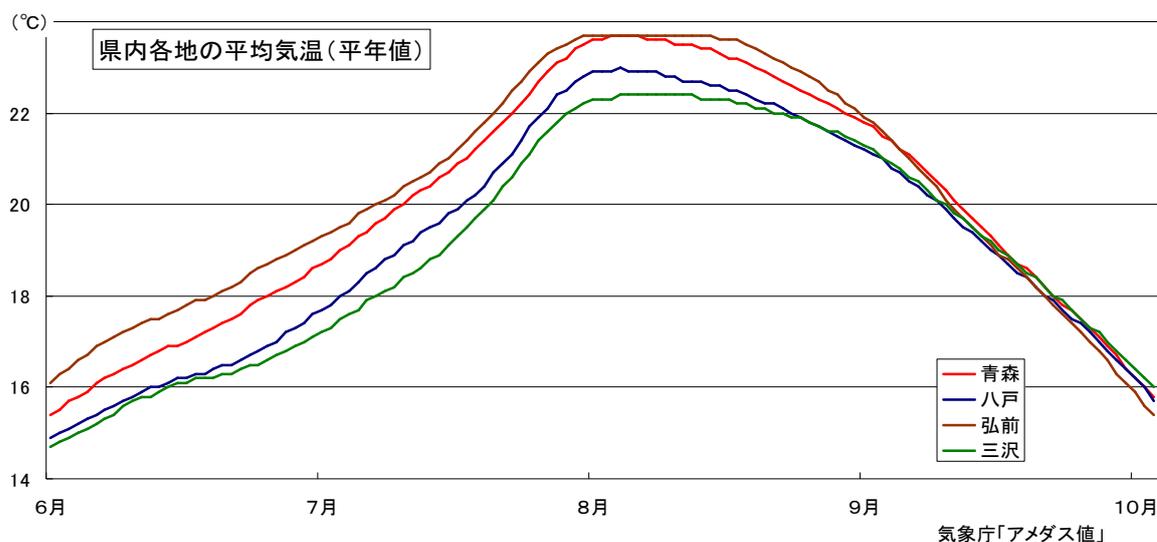
例えば、6月～7月の平均気温は、津軽の弘前市と県南の三沢市とでは約2℃の差があり、この温度差を生かすと計画的なリレー出荷が可能となります。トルコギキョウの系統販売実績を見ると、8～9月に出荷が集中し、7月及び10月の生産は、非常に少ない状況にあります。これを県南地方ではヤマセを生かした抑制栽培による9～10月出荷の拡大、津軽地方は温暖な気候を生かした6～7月出荷の拡大を実践することができれば、県内産地でのリレーによる6～10月までの安定した出荷が可能となります。

冬の資源である雪冷熱を活用した花き生産では、試験研究で成果の上がっている球根類の貯蔵や他県で実践されている夜冷育苗などの技術があるので、今後、検討していく必要があります。

この他にも、八甲田山系などの高冷地があり、標高差や緯度差を生かした花きのリレー出荷、ヤマセを生かした育苗、早期秋冷を利用した枝ものの早期出荷などへの取組みも可能です。今後は、他県にはない優位性を花き生産に十分生かしていく必要があります。



さらに、本県は本州最北に位置し、出荷期の異なる西南暖地の花き産地とのリレー出荷ができる可能性もあり、今後検討を進める必要があります。



(8) 日持ち性向上に対する取組み

消費者が花を購入する際に最も重要視する「日持ちの良い花」を提供することが求められています。統一された栽培暦や栽培の手引きにより生産者個々が外観の品質を一定のレベルに保つことは可能ですが、日持ちなどの内部の品質を維持するため生産者段階で行う「前処理」や農協段階での「予冷」、輸送中の温度管理などの基準を産地自らが検討していく必要があります。

また、品目によってはバケット低温輸送の導入が有効な手段ですが、本県ではその体制が整備されておらず、バケット流通は少ない状況です。現在、バラを中心にバケット流通が導入され、県内市場ではリサイクルタイプ、県外出荷はワンウェイタイプと使い分けられているものの、その種類も多く、それぞれの特徴を生かした出荷が求められています。

「前処理」や「予冷」の方法については、新花き生産・流通システム研究会が「バケット低温流通を核とした切り花流通における品質管理マニュアル」で一定の基準を示しましたが、産地に十分な浸透が図られていないことや、予冷施設の不備等により生産者間で、日持ち性に大きなバラツキが見られているので、産地全体が統一基準で品質・規格を市場・実需者が求めるレベルに引き上げることが必要です。特に、消費地である首都圏から遠い本県では、これらの取組みが重要な課題となります。

近年は栽培方法による日持ち性の研究も進められており、今後はバケット輸送と併せて複合的に取り組んでいくことが必要となっています。

(9) 多様化する流通への対応

花きの流通は、卸売市場を中心とした販売方法が主体ですが、卸売市場法の改正に伴い、相対取引が増加しているほか、近年は直接販売、インターネット取引など市場外流通が増加し、流通チャンネルが多様化しています。

近年は、直接産地と量販店・実需者が契約取引したり、産地がインターネット販売などの直接取引、仲卸の提案による産地契約などが進み、今後益々、生産者・流通・販売関係者の連携が重要視されますが、本県はこれらの取組みが弱く、こうした多様な取引形態に対応していく必要があります。

(10) 多様な消費者ニーズへの対応

農林水産省が花店に実施した消費者からの要望を調査した結果では、消費者は「長持ちする」「新鮮」とともに「色の指定」「種類の指定」を要望する頻度が高く、消費者の花に対するニーズ、こだわりが多様化してきていることがうかがえます。

こうした多様なニーズに対応するため、種苗メーカーの開発品種のほか、県とJA全農が中心となって試験研究機関、個人育種家の開発品種を、県、地域ブランドとして体系づけていく必要があります。

本県では、輪ギクの「えみあかり」、小ギクの「秋小紅」の2品種が品種登録出願中であり、平成18年には3系統のデルフィニウムを品種登録出願する予定としています。その後も品種開発を継続してシリーズ化していくこととしています。

また、全国では生産者自らが育種し、地域ブランドを確立している事例も見られます。本県の花き生産者の中にも、交配育種や枝変わりなどを選抜したり、系統選抜に取り組んでいる事例がみられますが、本格的な品種育成を実践し、品種登録までしている事例はほとんどありません。

(11) 消費拡大への対応

これまで、消費者に対する県産花きのPR活動として県、JA全農あおもり、青森県花き振興協会が「青森県花の共進会」を開催して出品された花きを展示したり、青森県花の国づくり推進協議会主催でフラワーアレンジの普及を図ってきたほか、各地域においては生産者が主体となってフラワーフェスティバルや花フェスタを開催し、地域の花を紹介してきました。

しかし、全国的に花きの需要量が横ばいの現状の中で、これを打破するためには、地域の気候風土に適した個性あふれるまちづくりやガーデニング、寄せ植えの実践など、日本人のライフスタイルの多様化に伴う消費者ニーズを的確にとらえ、生産者、流通・販売関係者が連携して花きの楽しみ方を一層充実・普及することにより需要拡大につなげていくことが必要となっています。

花きの需要拡大には各企業も力を入れ始め、新たな商品づくり、販売戦略などを産地と提携しながら進めている事例も多くなり、今後はこういった取り組みが必要となってきます。

企業の販売と消費拡大戦略事例

イオン株式会社の花き販売事業

イオンにおける花きの販売への取組みは、「物日需要」への対応が中心でしたが、ホームユースへの対応を強化し、消費者の満足度を高める販売へ転換を図っています。

消費者の望みは「長持ちする花」であることを意識し、日持ち、鮮度にこだわった取組みとして、バケツや縦箱湿式輸送を基本に流通過程で水を切らさないことを実践しています。この取組みは、イオンだけではなく、産地からの取組みが必要ですが、イオンでは鮮度・日持ち性を重視し、消費者の要望に応えることができる産地を探しています。

また、日持ち性の観点から国内産地を見直し、キク、バラ、カーネーションを周年供給する品目、チューリップ、スイトピーなどを季節的な品目として位置付け、産地開発をしています。

イオンでは、新しい品種の発掘や新しいブーケ・アレンジを考えたりするのではなく、あくまでも花そのものの鮮度・日持ち性を重視し、「食卓に花を」を合言葉に花きの購入を定着化させ実現しようと努力しています。

麒麟・グリーンアンドフラワー株式会社の「麒麟こちち開花」

「麒麟こちち開花」とは、キク、バラ、カーネーションをはじめとする切花から、ペチュニア等の花壇苗やポットカーネーション等の鉢花まで、消費者の“花のある暮らし”をお手伝いする麒麟アグリバイオグループ花事業のコミュニケーションシンボルで、花とのふれあいを通じたこちちよい生活を提案する花のブランドです。

花づくりにこだわりのある生産者との共同開発によるユニークな商品を「産地ブランドブーケ」として量販店を中心に提案しています。

鮮度の高い花を使用した産地ブランドブーケなどアイテム数やバリエーションも増加しており、現在、全国の手回りスーパーマーケットを中心に販売中です。

(12) 販売促進の強化

本県は、「夏季冷涼な気候を生かした、色鮮やかで日持ちの良い花」をキーワードに販売促進を進めてきましたが、それを具体的に消費者に対して示すデータが整備が遅れている状況にあります。先進国のオランダなどでは、花きの日持ち品質保証が進められており、我が国でも花き販売業者が産地と連携して日持ち品質保証を導入し始めていることから、産地もこれに対応していく必要があります。

この他にも、花き販売業者が産地と連携して産地フェアや企画商品の開発などを実践している事例もみられており、産地が持つ情報（取組んでいる花きの特性や差別化、生産・出荷予定などの産地情報）と流通・販売関係業者が持っている情報（消費者の反応などのニーズ情報など）を交換し、連携を図っていく必要があります。

さらに、県で育成したキク品種や今後デビューするデルフィニウム新品種を積極的に売り込んでいく「攻めの販売戦略」が必要となります。

また、県内各地で花きが生産されていることを広く県民にPRするため、これまで開催してきた「青森県花の共進会」の充実や販売促進会の開催など、県産花きへの関心を高め、地産地消を進める取組みがより重要になります。

(13) 花き生産の担い手の育成・確保

全国の花き生産は、主業農家が産出額の9割を占め、その主業農家の約3割が認定農業者となっています。本県では、花きを栽培する認定農業者はわずか39戸(単一、準単一経営のみ、H17.3月末現在)で、認定農業者の1.0%、花き栽培者の6.6%と少ない状況にあります。

本県の花きの担い手は、平成16年で1,380戸と平成9年の1,614戸をピークに減少傾向にあります。

また、本県の1戸当たりの花き経営面積は17.2aと全国の33.4aに比べ約半分で、花き専業経営が少ない状況にあります。

米価が低迷し、今後さらに低下する可能性が高いことから、稲作主体の地域では農業所得が激減し、地域経済に大きな影響を及ぼすこととなります。また、県全体の生産者の減少が見込まれる中では、花き生産者の確保が非常に困難な状況にあります。また、水稲との複合経営を確立し、JA花き部会などの生産組織強化による生産出荷体制を再編強化し、力強い産地づくりを進めていく必要があります。

JA花き部会は、有利販売に向け生産技術の向上を図り品質の高位安定や共同出荷を実施するため、生産から販売まで一貫した体制づくりと施設の整備が必要ですが、花き専属の指導員がいない農協では、すべての品目に対する指導ができない現状にあります。また、旧地域農業改良普及センター単位に設立されている各地域花き生産者協議会は、地域で生産されている花きの生産技術の向上や花き振興などの活動を実施していますが、JA花き部会に重複加入している農家が多く、活動も重複しています。また、地方農林水産事務所普及指導室が事務局となっているなど自立した組織となっていない状況です。

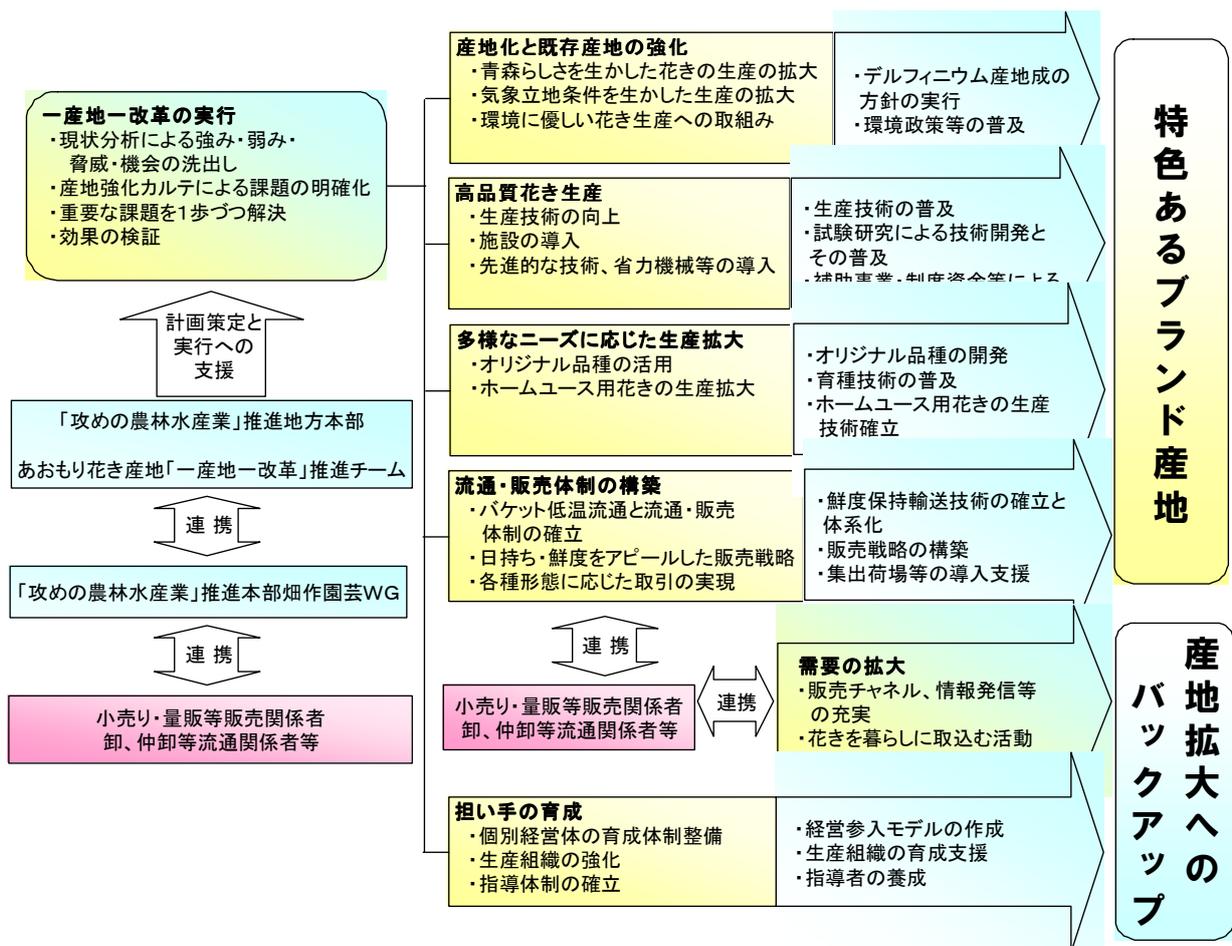
また、農家個々の生産規模の拡大、花き専業農家の育成を進めるためには、花き経営を魅力あるものにする必要があるため、行政・関係団体等の支援のほか、生産者自らが販売店と連携を図り、花き経営が魅力あることをPRしていくことが必要となります。

Ⅲ 花き振興のための基本的な方針と具体的な取組み方向

本県の花き産業が、輸入品との競合や、花き販売単価が低下している中で、競争力を強化し産地を拡大していくためには、本県の特徴を生かしながら、品質の向上、生産の省力化や大規模化等による生産性の向上、消費者ニーズに的確に対応した供給体制の整備など「攻め」の姿勢で生産の拡大を図り、産地化を進めていくことが必要です。

このため、生産者及び農業協同組合、JA全農あおもりなどの関係団体、卸売業者、小売業者、種苗会社等の花き産業と行政が一体となって「攻めの農林水産業推進基本方針」及び「青森県総合販売戦略」の考え方に沿って、以下の基本的な方針と具体的な取組みについて状況を分析しながら、適切に進めていく必要があります。

その手法として、産地の現状分析から、重要な課題順に1歩ずつ解決を図りながら産地を強化する『一産地一改革』を進めます。



1 青森県らしさを生かした特色ある産地づくり

(1) あおもりらしさを生かした花きの導入

青森県には、豊かな自然、澄んだ青空などのイメージや県を代表するりんご、弘前公園の桜など四季を感じさせる旬の花、枝ものなど豊富な花材が多くあるほか、色の名前がついた、青森県の「青」を生かした「青い花」を売りとした生産の拡大が考えられます。これらの利点を生かし、他県との差別化を図りながら特色ある産地づくりを推進します。

【推進の方向】

- ① 青森をイメージさせる「青い花」として夏季冷涼な気候を好み、本県に適するデルフィニウムの生産拡大を「あおもりデルフィニウム産地育成の方針」を戦略の柱として推進し、ブランドを確立します。
- ② 青森県のイメージを代表する「りんご」を活用し、りんごの花、実ものの生産振興を進めます。
- ③ また、露地で生産できる特産花き品目の選定、旬を生かした花きのシリーズ化、気候条件を生かした作型を確立するなど、他県との差別化を図り、花きのブランド産地を育成します。
- ④ 早期秋冷な気候を生かした枝ものや低温により他産地より早く花芽分化するパンジーなどの苗もの、豊富にある雪資源を活用したユリなどの球根貯蔵や開花調節、雪冷熱を利用した夜冷育苗などを進めます。



りんごの花もの向き品種



りんごの実もの向き品種

あおもりデルフィニウム産地育成の方針の概要

1 作成の背景

デルフィニウムは、本県の夏季冷涼な気候に適することや青森県をイメージさせる「青色」が基本の色であること、東京都中央卸売市場での取扱量が伸びていること、フラワーセンター21あおもり育成した新品種を登録出願することなどから、振興品目の柱とし、産地育成を図るため、市場関係者や生産者、JA全農あおもり、県関係者などで構成する「あおもりデルフィニウム産地育成プロジェクトチーム」を設置し、「あおもりデルフィニウム産地育成の方針」を策定しました。

2 本県におけるデルフィニウムの生産状況

(1) 本県の実産状況（平成16年）

面積 1.5ha、栽培戸数 38戸、生産量24万8千本、生産額18,305千円

(2) 本県におけるデルフィニウム生産の優位性

- ア 夏季冷涼な気候が生育に適する
- イ 定植後の作業が少ない
- ウ 病害虫の発生が少ない
- エ 経営に導入しやすい多様な作型がある

(3) 本県におけるデルフィニウム生産・流通の課題

- ア 開花調節技術による新たな作型の確立（季咲きでは開花時期が集中）
- イ 切り花品質の向上（秋出しでは切り花品質が低下）
- ウ 品質保持技術の普及
- エ 有利販売のための安定生産と出荷体制整備

3 産地育成の方向

(1) オリジナル品種の普及と産地育成

- ・展示ほの設置とこれを活用した現地研修会の開催
- ・指導者の養成

(2) 長期安定生産による有利販売の推進

- ・9～11月出荷の生産拡大
- ・県内・県外市場出荷の拡大

(3) 生産基盤の整備による産地の強化

- ・種苗供給体制、生産体制の整備

(4) 全国トップレベルの品質確保と販路拡大

- ・品質保持技術の普及、販路拡大



シネンシス系デルフィニウム

あおもりらしさを生かした産地育成事例

サクラの産地化

(JAつがる弘前花き協議会)

JAつがる弘前花き協議会では、啓翁桜の切り枝を促成し、1～3月の冬期間に出荷している。啓翁桜は「早咲き・カンザクラ系」の桜である。



促成した啓翁桜

1 導入のきっかけはプロジェクト

JAつがる弘前では、りんご、米に次ぐ第3の作物を検討するため、平成5年にプロジェクトチームを設置し、管内の遊休地・転作地の有効活用、高齢者の労働力の活用を図るため、「地域にあった、手間のかからない新作目」を協議してきた。その結果、市場性があり、農閑期を活用しりんごと共存できる品目である啓翁桜を導入することとした。

2 これまでの歩み

平成7年に山形県東根市から苗木を導入し、栽培希望農家への苗木配布。9年には、りんごの開葯庫を改造した促成室(9.5坪)でフラワーセンター21あおもりが開発した開花促成技術で促成を行い初出荷した。面積拡大に伴い、平成15年には散水・補光設備を備えた新促成室(58坪)を建設。平成17年からは年内出荷に向けた促成を開始した。

3 現在の栽培状況

JAつがる弘前花き協議会の会員は95名、面積は1,300aである。

作付は農協合併により平川市碓ヶ関地域にも及ぶ。平成16年度の出荷本数

53,035本、販売額は約800万円。出荷は中央市場が主である。

表-21 啓翁桜の作付面積・戸数

年	作付面積	作付戸数
H 9	364 a	33 戸
H 15	1,136	87
H 17	1,300	95

4 部会の特徴・これから

部会では、作付けを農協正組合員に限定、全量系統出荷、協議会の了承を条件に作付拡大を行ってきた。また、出荷作業は出荷者が対応している。

これまでの産地形成には、役員やJA職員が東根に足繁く通い、生産出荷、調整などの技術確立を行う等の努力がある。今後は、啓翁桜に次ぐ品目の産地化を計画しており、りんごやユキヤナギ等の品目について、計画中である。

りんごの花・実を活用した事例(JAつがる弘前大鱈支部青年部)

1 取組みのきっかけ

JAつがる弘前大鱈支部青年部(32名)は、青森県の花であるりんごを花や実を枝ものとして販売したいという熱意から、平成12年から取組みを始めた。

一般のりんご品種で促成すると、花持ちが悪く、白色となってしまうため、様々な品種から開花時にピンク色が強くまた、実ものとして出荷できるような品種を選抜することにした。

2 品種の選抜

青年部では、県りんご試験場の協力を得て平成12年から毎年、台木品種、野生種及びクラブアップルから16~25品種程度を接ぎ木し、選抜のための試作を進めていった。

カモシカの害や台木の繁殖率が悪いことにより、選抜に苦勞したが、平成15年の秋には有望と思われる3品種(白色品種「センチネル」を含む)を選抜し、平成16年春からに試作を開始した。



(開花時のアメリカビューティ)

苗木では収穫まで年数がかかることから、部員2人が高接ぎでの試作を行ったが、高接病が強く発生し、順調に生育したのは「クリムソングローリー」「アメリカビューティ」の2品種であった。

3 花への活用

平成17年春、花木としての形質を確認するため、フラワーセンター21あおもりの協力を得て、「アメリカビューティ」を用い促成試験を実施したが、樹上開花のような朱赤にはならず、白に近い薄いピンク色であった。

また、秋には「クリムソングローリー」「アメリカビューティ」を、実ものとして出荷したが、輸送時に落果するなど問題が出たため、改善が必要と考えられる。

4 今後の方向

枝ものとしての活用は、現時点では課題は多いが、市場からは、実ものは有望であるという声がある。落下しにくい品種の選定、収穫時期・輸送方法などの改善に取り組み、活用を進ていきたい。

また、りんごの販売促進イベント等の利用も検討している。

枝ものの産地化へ向けて（下北地域花卉研究会むつ市花木研究会）

1 取組みのきっかけ

下北地域花き研究会は、平成11年5月に設立され、会員の多くは地域での需要に応じるため直売所向けに花きの生産・販売をしている。直売所向けが主体で、お盆から彼岸までのキクなど仏花が中心であった。



ユキヤナギの雪囲い

下北地域の花き生産を伸ばすためには、キクに比べて省力的で他作目と労働力が競合しない品目を育成する必要がある。他作目と労働力が競合しない冬期間は、低温・寡照という条件のため花き栽培は困難が伴うが、花木では低温期に枝を切り出し促成することで、冬期間でも出荷が可能となる。特に、冬に向かう気温低下が早い下北地域では木が休眠から早くさめるという特徴があり、早期に加温を開始して年末年始に向けた出荷が可能で、出荷期の幅を広げやすいという利点がある。

2 枝ものへの取組み

枝もの栽培の課題として、収穫開始まで年数がかかること、下北地域に向く品目が明らかでないこと、促成期間が短く経済的な品目を模索すること、枝折^{しおり}りや促成の技術を習得する必要があることなどから、平成14年～16年に「フロンティア21農業・農村活性化事業」を活用して管内の花き生産者3名がむつ市花木研究会を発足させ、花木類20品種・約4,000本を導入した。

成木になるまでの期間、栽培技術を習得するとともに、新たに下北地域に適した品目の検討をおこなっている。また、八戸花き市場等へ出荷して市場評価やアドバイスを受け、品目選定や栽培管理に役立てている。

3 今後の方向

今後は、市場評価の高い品目の作付けを増やし、成木に達するまでの年数が少ないものや、添え花として直売所で販売しやすい品目を検討し、下北地域花き研究会員に広めていくこととしている。また、遊休地や砂丘地帯等の耕作が困難な土地に適した品目の検討をおこない、地域に根付く花木として育成し、遊休農地解消を図るとともに産地作りにつなげたい。

(2) 既存産地の強化

これからの花き生産は、単に作ったものを市場へ出荷するだけでなく、実需者、消費者が求めている商品を提供できる産地が求められています。既存産地の意識を「花づくり」から「商品づくり」へと変えることが必要です。

また、既存産地では生産面、構造面の課題から、生産が伸び悩んでいる現状にあるため、関係機関の連携のもと産地の課題を洗い出し、その解決を図っていく必要があります。

【推進の方向】

- ① 花き産地力強化に向け、産地の現状分析により産地の強み、弱みを洗い出し、強みはさらに引き伸ばし、弱みは改善する計画を樹立し、その中の重要な課題から順に1歩ずつ解決を図りながら産地を強化する『一産地一改革』を進めます。

【一産地一改革の進め方】

段 階	内 容
ステップ I 現状分析＝ 通信簿作成 (See) (強み・弱み・脅威・機会の洗い出し)	① 産地の的確な状況と生産者の意向を把握 ② 消費者や市場等から情報(ニーズの把握)を収集
ステップ II 強みを伸ばし、弱みを解消する対策の検討＝ カルテ作成 (Plan)	③ 課題を整理して産地が取り組むべき方向を導き出す
ステップ III カルテに基づく課題解決(ヒト・カネ・モノ・技術・ノウハウの活用) ＝ (Do)	④ 定められた方向へ取組みを進める ・産地内での各機関の役割分担 ・外部への協力要請 ・進行管理
ステップ IV 効果の検証 (See)	⑤ 結果の分析と新たな課題を整理して次の段階へと移行(再度ステップ I から繰り返し)

『一産地一改革』の進め方

- ① 『一産地一改革』の進め方は、最初に自分たちの産地を総点検し、「強み」と「弱み」を洗い出し、分析することから始めます。
- ② その一例として「花き産地強化カルテ」を作成し、整理することによって様々な課題が浮き上がって見えてきます。
- ③ しかし、これらの課題の全てを一気に解決することには無理があるので、一番重要なのは「強み」を伸ばすことなのか、「弱み」を改善することなのか、あるいは複数の課題を同時並行的に解決する必要があるのかなどを検討し、そのために必要な目標を一つに絞り込みます。
- ④ この目標を達成するために、何が 필요한のかを生産者・農協に県・市町村などの関係者が加わり、生産者や農協が何をすべきなのか、県や市町村がどんな支援ができるのかなどを検討し、その行動計画を作成して具体的な行動を開始します。その際に重要なことは、進行管理役を決めておき、定期的に進捗状況を関係者が確認しあい、状況に応じて軌道修正をすることです。
- ⑤ 産地がその目標を達成したら、さらに次の目標を設定し、これを繰り返していきます。この積み重ねがやがて、産地を大きく変えていくこととなります。
- ⑥ 産地がおかれている状況や取組みにより切り口は様々ですが、重要なのは常に問題意識を持ち、最初は小さなことからでもよいので、産地を変えていこうとする前向きな姿勢と、行動する熱意です。
- ⑦ 県では、こうした産地の熱意と行動力のある産地を重点的に支援していきます。

花き産地強化カルテ（作成例）

カルテ作成担当者： _____ （作成年月：平成〇年〇月）

産地名	品目名	産地点検チーム構成員					
産地強化目標	①	②		③			
市場・消費者等の動向	市場等の動向	消費者の意向		取り組みに伴う市場等の変化			
年度	作付面積	出荷数量	共販率	A品率	販売金額	生産者数	目標達成に必要な支援措置等
現状 (H17)	ha	本	%	%	千円	戸	
1年目 (H18)							
2年目 (H19)							
3年目 (H20)							
4年目 (H21)							
目標 (H22)							
項目	課題	取組事項	具体的な取組内容				
生産	土づくり						
	栽培協定締結						
	低コスト技術						
	品質向上						
流通・販売	施設利用率						
	パケット輸送						
	契約取引						
	共販率向上						
その他	商品開発						
	産直施設連携						
総合評価					結果の評価		
					新たな課題の整理		

(3) 気候立地条件を生かした生産の拡大

本県は地形、気候が多様であるという地域特性を生かした花き生産が可能です。高冷地や太平洋側特有の気候であるヤマセを有利に生かして、他産地では栽培の難しい時期・品目を作型、リレー出荷などを検討しながら花き生産を推進します。

【推進の方向】

- ① 各地域の気候特性に合わせた作型を基本に、ヤマセなどの気候特性を生かして他産地が困難な時期に栽培可能な品目・品種の選定や作型の確立により、産地ブランド化を進めます。
- ② 八甲田山系、岩木山嶺など高冷地での花き生産振興と平場との標高差を生かしたリレー出荷体制を構築します。
- ③ 出荷期が競合しない県外産地とのリレー出荷の可能性について、検討します。

リレー出荷に取組む産地事例

JA津軽みなみのリレー出荷

JA津軽みなみでは、旧平賀町にある南八甲田山系高冷地の夏季冷涼な気象条件を活用した花きの品目として、当時販売単価が高く、高品質なものは特に有利に販売できるオリエンタルハイブリットユリの栽培に取り組んだ。

高冷地では8月上旬から9月中旬の収穫が可能であり、平野部の収穫時期である7月下旬から8月上旬、9月下旬から11月と組み合わせ、リレー出荷を実現している。

このことで、夏場に高品質のユリを出荷でき、7～11月の長期販売が可能となり、全体として有利販売に結びついた。最盛期の平成11年には高冷地分だけでの販売額で1,500万円に達した。

バブル崩壊後のハイブリット系ユリの単価下落、夏期高温が数年続いたことからの品質低下があり、栽培の優位性が少なくなった。

このため、このような条件下でも有利に生産販売できる品目の選定を進め、現在はユリからトルコギキョウなどに品目変更し、リレー出荷を継続している。

高知県土佐市と新潟県津南町のユリのリレー出荷

高知県土佐市と新潟県津南町のユリ生産者は互いに提携し、統一規格のユリに共通マーク（TF）を付けて「リレー出荷」している。温暖な土佐市では9月から翌年6月まで、真夏でもさわやかな津南町では7～8月に、それぞれ花を収穫することで1年をとおして出荷できるようにした輸入切り花に対抗した取組みである。両産地と取引がある「なにわ花いちば」は取引産地のリレー出荷による年間にわたるフェアを提案できるとしている。

（日本農業新聞 平成17年11月3日、平成18年1月18日から）

気候を生かした花き生産育成事例

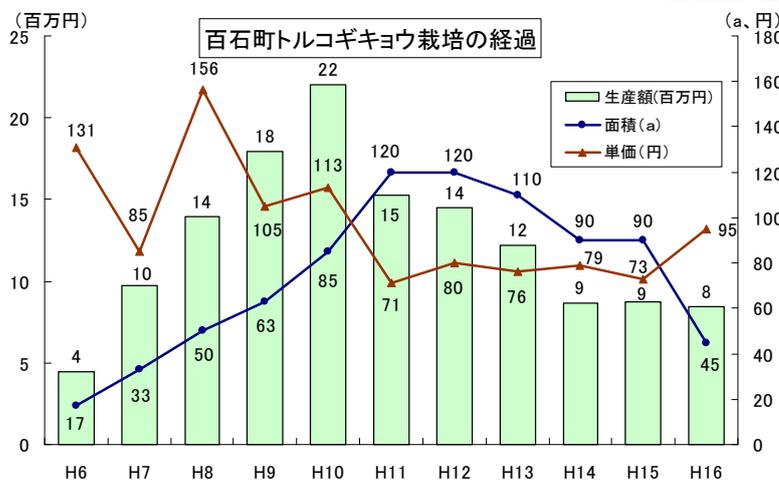
トルコギキョウの産地化(JAももいし)

百石町のトルコギキョウ系統出荷は、平成6年から本格的に始まり、10～11月を中心に出荷している。トルコギキョウを導入した理由は、

- ① 価格が高値安定している、秋の増産が期待されること
- ② 既存の施設を活用でき比較的栽培に着手しやすいこと
- ③ 春収穫のハウスだいこんやほうれんそうなどの後作として抑制栽培の作型が適していること

があげられ、ヤマセによる夏季冷涼な気候で10・11月出荷の抑制栽培が拡大してきた。

しかし、近年は、生産が漸減傾向にあり、平成17年では栽培面積は40aで、販売金額が6,697千円となっている。



(4) 環境に優しいクリーンな花き生産

近年、環境に優しい農業が注目を浴びており、米や野菜等では有機栽培などが拡大していますが、花きは食料生産ではないことから取組みがまだ進んでいないものの、米、野菜等と同様に環境対応が求められてきます。そこで、クリーンな青森の花づくりを推進するため、過剰施肥による地下水汚染の防止や農薬の適正使用などに積極的に取り組んでいきます。

【推進の方向】

- ① 施肥に当たっては、土壌分析結果や簡易な測定器具により土壌の状態を把握するなどして、適正施肥を推進します。土壌改良資材も過剰投入の傾向にあるので、定期的に土壌分析を行い、必要なものを必要な分だけ施用するよう指導します。
- ② また、適正施肥量は品目、作型等により変わるので、試験研究・現地試験等を通じて明らかにしていきます。
- ③ 完熟堆肥の適性施用による健全な土づくりを推進します。
- ④ 花きは品目によって登録農薬が少ないため、その登録拡大に向けた試験のほか、併せて農薬に頼らない防除方法、花きにおける総合防除（IPM）の試験研究及びその普及により、環境に優しいクリーンな花き生産の指導を徹底します。
- ⑤ 産地がポジティブリスト制の導入に対応できるよう農薬散布方法等の指導を強化します。
- ⑥ 環境の負荷軽減を図るため、土づくりと化学肥料・化学農薬の使用低減に一体的に取り組むエコファーマーの認定を受ける花き生産者を育成します。

環境に優しいクリーンな花き生産に向けた各種制度

MPS

オランダ語で、「花き園芸環境プログラム」(Milieu Programma Sierteelt)の略称で、花き生産者を対象として、財団法人MPS協会により実施されている環境・人の健康に配慮した花き生産を行うための認証制度である。

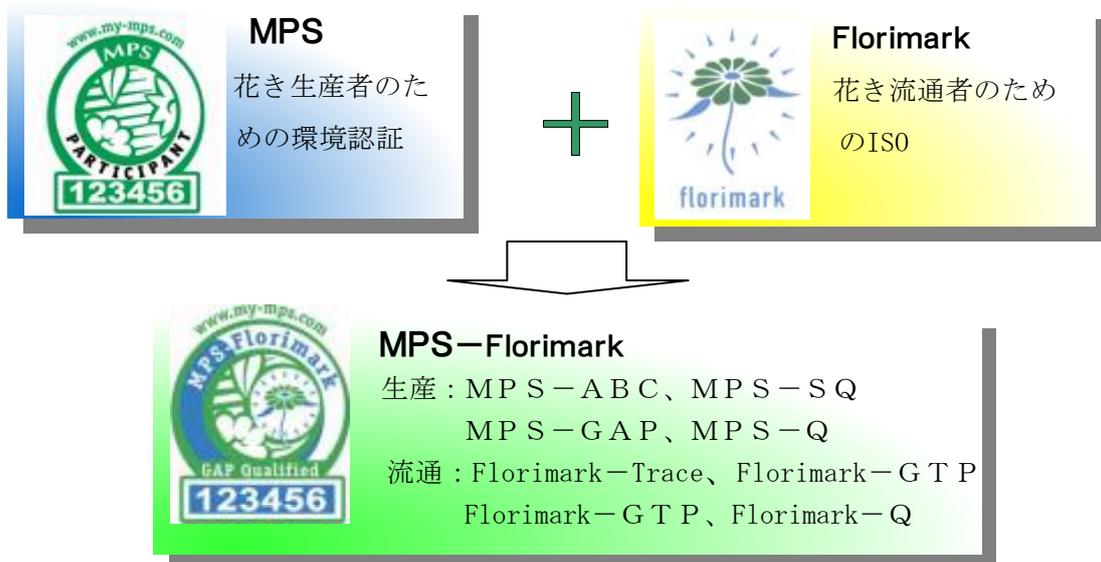
当初海外産の花きに対抗するための差別化策としてオランダが開始したが、現在では認証を受けていない生産者の市場評価が低い状況になっている。

生産者は農薬・肥料・燃料・水・廃棄物の使用履歴を記録、認証機関へ報告し、認証機関はデータの分析・監査を実施し、ポイント付けによりランクA～Cなどを認証する。MPS認証を受けた農業者は、認証を証明する表示して出荷を行うことができる。

現在、ヨーロッパやアフリカなどの34カ国4,800団体が認証を受け、日本でもJFMA(日本フローラルマーケティング協会)がMPS認証機関を設立する計画がある。

フロリマーク(Florimark)

花き業界に特化したISOと言われ、花き産業に関わるものが協力して品質保証を達成するためのルールブックである。欧州の花き卸売業54社が参加し、主要量販店もほぼ参加している。2004年にはMPSとFlorimarkが統合し、MPS-Florimarkとなり、環境と鮮度保持に配慮した生産から販売まで一貫した取組みが始まっている。



GAP

「適正農業規範」(Good Agricultural Practice)の略称で、通称ジー・エー・ピーまたは、ギャップ等と呼ばれている。

ヨーロッパにおけるGAP(ユーレギャップ)は、欧州小売業協会が定め、平成12年ころから普及が始まった。小売業全体が販売する農産物の安全性等を生産者に要求するもので、認証を受けた生産者のみが販売、輸出できる認証制度である。その理念は、「食品安全」、「環境負荷低減」、「労働福祉」で、チェック項目は14分野、200項目以上あり、「必須項目」、「必要項目」、「推奨項目」に分けられ、必須項目の全てと必要項目の95%をクリアすると合格となる。日本では、ユーレギャップを基本にJGAI協会(GAPに取り組む生産者等が平成17年2月に設立)が認証するJGAPや平成17年4月に国が作成した「食品安全のためのGAP」策定・普及マニュアルに沿って自発的に取り組むGAP、大手流通業者等が定めるGAPがある。

近年、MPSやGAP等、農産物そのものではなく、「作る過程」を重視する傾向が強くなってきている。生産者の環境保全への取り組みなど消費者の目に見えない部分が評価される時代となってきている。

ポジティブリスト制

平成15年5月に食品衛生法が改正され、食品規格のひとつである残留農薬基準が大幅に拡充され、基準値が設定されていない農薬が一定量(原則0.01ppmいわゆる一律基準)検出された場合、全ての流通を禁止することとなった。

花きについては食品でないことから対象外であるが、花きへの農薬散布の際に少量でもドリフトして、近隣の食用作物へ作物に付着した場合、その作物が検査によって基準違反になれば、加害者の立場となるので注意が必要である。

ポジティブリスト制は、平成18年5月29日から施行さる。

IPM

Integrated Pest Managementの略で、耕種的、生物的、化学的、物理的な防除法を総合的に組み合わせ、経済的被害を生じるレベル以下に害虫個体群を減少させ、かつその低いレベルを持続させるために害虫個体群を管理するシステムである。害虫による被害の軽減や病害虫の薬剤抵抗性の発生を軽減するほか、減農薬栽培等の付加価値生産やするなど環境の保全に貢献する。

2 高品質な花づくりの追求と実践

(1) 高品質生産に向けた栽培技術の向上

花きは、切り花類、鉢もの類、花壇苗もの類など、品目、品種、作型やその組合わせで栽培技術が多種多様になります。そのため、生産者間の生産技術の差も広がり、結果として産地内における花きの品質も格差が大きくなり、市場評価に影響します。

品質は価格に大きく影響し、高品質生産が産地の最も重要な課題で、試験研究、普及・JA指導員、全農などの関係機関や団体が一体となって現場の課題解決に向けた取組みを強化し、栽培品目、作型に応じた技術の確立とその普及が重要となります。

【推進の方向】

- ① 生産者の技術向上及び新規参入者の早期技術習得を図るため、品目毎の専門技術研修会や花きセミナー、花の共進会等の開催、迅速な花き生産情報の発行により栽培技術の高度化を目指します。
- ② 多様化する花き栽培に対応するため、フラワーセンター21あおもりを中心に、本県に適する栽培技術や品目・品種・作型等の選定、病虫害発生実態の解明と防除方法を確立し、確立された技術を迅速に生産者に普及します。
- ③ 確立された技術やオリジナル品種を早期に普及し、またその適応性を評価するため、現地実証ほを設置し、その成果を情報として県内花き産地に発信します。
- ④ 高度な技術を持った指導者を育成するため、普及指導員を対象に指導者養成研修や、JA営農指導員を対象とした各種の研修会を実施します。
- ⑤ 若手普及指導員に対しては、職場研修や集合研修を通じて、早期の資質向上を図ります。
- ⑥ 普及指導員が実施する調査研究を産地・生産者と共同で実施し、地域密着型技術・作型の確立を支援します。

(2) 施設化の推進と先進的な技術の導入

花き産地として評価されるためには、計画的に一定の品質、一定期間、一定の量を出荷することが前提条件であり、これを実行するためには、施設の導入が不可欠です。

基本的なハウス、電照施設、暖房機等のほか、作型分化や高品質化、大規模化に対応するために新たな機械・設備の導入が必要となる場合もあります。

【推進の方向】

- ① 市場が求める長期安定出荷に対応するため、施設化による安定生産の推進、電照や遮光による開花調節、加温機などの基本的な施設の整備のほか、さらに高度な長期出荷に有効な夜冷育苗、地中冷却などの施設についても導入を進めます。
- ② 高品質な花き生産や作業の省力化に必要な養液栽培システム、養液土耕栽培システム、移植機、ポットイングマシーンなどの導入を進めます。
- ③ 農業者や農協が施設等を導入するに当たっては、費用対効果、経営指標などに基づいて分析したコスト低減技術や活用できる支援事業等を指導します。

普及し始めている新技術

養液土耕システム

点滴かん水チューブを利用して水と液肥を同時に、作物の生育に必要な量だけを少量ずつ施用する栽培システム。かん水の時間と量が制御できるため、かん水作業が自動化されることが最大のメリットであり、かん水及び施肥作業をすることで栽培規模の拡大が期待できる。

また、1日ごとのきめ細かな施肥管理が可能であることから安定的な養分供給による品質向上が期待できる。県内では施設野菜のトマト、キュウリなどで利用が始まり、花きではキクとカーネーションの栽培への導入が進んできている。

養液土耕システムは様々な性能・機能があるが、利用可能面積は1台で20～100a程度であり、価格が50万～100万程度と導入しやすく、現在は更に簡易で安価なシステムの開発が進められている。

デルフィニウムの夜冷育苗

デルフィニウムは高温長日条件になると開花が促進されるため、高値となる秋以降の出荷には冷房育苗が必要である。コストはかかるが、大苗を作ることができ、確実な品質向上効果が得られる。



冷房前 早期抽だいせず
冷房育苗 早期抽だいせず
大苗ができる。

表-22 育苗方法が切り花品質に及ぼす影響

	抽たい率 (%)	平均 採花日	切花長 (cm)	小花数 (個)	切花重 (g)	良品率 (%)
夜冷育苗	0.0	10月27日	138.1	42.4	131.9	95.0
普通育苗	75.0	9月17日	70.8	13.8	37.5	0.0

アルストロメリアの地中冷却

地中冷却栽培は、アルストロメリアの花芽形成を左右する地温を下げ、花芽の分化・発達を促進することにより早期開花させる栽培法である。

アルストロメリアは地温18℃以上では花芽分化が抑制されるので、地温を14～18℃に下げし、需要期の早秋に開花を調節する技術である。

本県では藤崎町の新谷氏が平成12年、農業改良資金資金を活用して、冷却装置を導入し、クーラー（地中冷却装置（チラー））で10℃に冷却した水を地下15～20cmに埋設したビニールパイプで循環させることにより地温を低下させている。現在では、この技術を用いて、夏秋期の開花促進を実現し、周年出荷の経営を確立している。



チラー(左写真)で冷却された水を、各畦の地下15～20cmに埋設されたパイプ(上写真)に送って循環させる。

3 日持ち・鮮度の良さを目指した流通・販売体制の構築

(1) バケツ低温流通の促進

近年、鮮度や日持ち性の向上をねらったバケツ輸送を導入した産地が、市場、実需者から高い評価を得ています。また、そうした産地では生産者段階で行われる「前処理」、「予冷」の方法を決め、日持ち性を高める努力をしています。

消費者・実需者が求める「色鮮やかで日持ちの良い花」を出荷できる体制を産地自らが考え、バケツ低温流通に適する品目から実現していく必要があります。

【推進の方向】

- ① 新花き生産・流通システム研究会において設定された「バケツ低温流通を核とした切り花の出荷規格」、「バケツ低温流通を核とした切り花流通における品質管理マニュアル」を基本に、産地と関係機関・団体が一体となり、本県に適した出荷規格や品質管理方法を検討し統一していきます。
- ② 産地自らが生産者から消費者へ届くまでの流通過程を点検し、その改善を進めるために、関係機関・団体は流通・販売業者と連携しながら支援します。
- ③ バケツの種類ごとにその特性・経済性を明らかにし、関係機関・団体と連携しながら適する品目のバケツ低温流通を推進します。

主なバケツの種類



バケツ

リサイクルタイプで、段ボールを要しない。横にすると水漏れするため専用の輸送体制が必要。写真はELFシステムでこの他にSCバケツレンタルシステムなどがある。



ソフトバケツ

ワンウェイタイプで、従来の出荷段ボールを使用可能。横にしても水漏れしないため、輸送しやすい。写真は花カーゴでこの他にエアーバック、花水器などがある。

バケット輸送に取り組む産地事例

JA十和田市のカーネーション(ELFバケット)

出荷先である(株)青森花卉から「日持ちが良くなる」ということからELFバケットによる出荷を勧められ、平成15年8月から開始した。

ELFバケットではカーネーションを青森花卉市場のみへ出荷している。

平成17年度のカーネーション販売本数は140千本となっており、ELFバケット流通は約40%を占めている。

移動用コンテナを使わず、パレットに積んで輸送しているため、ダンボールによる乾式輸送に比べ積載効率が悪いという欠点はあるが、販売単価は、他の出荷方法に比べ若干高く取引されている。



JA津軽みなみ(ソフトバケット)

平成15年当時、バラ、トルコギキョウで湿式輸送が導入され始め、乾式輸送では高品質なものを生産しても、販売面で不利になり、価格も低下していくことが予想されたため、産地銘柄を維持するために、湿式での輸送方法に取り組む必要があった。

平成15年春に「花だるま」、「ELF」、「エフコン」、「ソフトバケット」の4資材を用いて試験を実施し、航空機による横積み輸送、市場側の競りライン、導入コストなどの面でソフトバケット方式に決定し、秋から本格的に開始した。

バケットによる湿式輸送では、輸送中も生育ステージが進む傾向にあり、切り前の調節が必要となる。また輸送中のバクテリアの発生は、品質保持に逆効果となるので、生産者段階の吸水処理、バケットに注入する水の衛生管理にも配慮している。

現在、バラ、トルコギキョウについては全量バケット輸送を実施している。今後はバケット輸送の効果がある品目について、順次取り入れていく予定であり、平成18年からはデルフィニウムについて開始する。

表-23 バケット出荷実績(平成17年)

品目	本数	金額	単価
バラ	226千本	2,461万円	109円
トルコギキョウ	106千本	933万円	78円

(2) 日持ち・鮮度の良さをアピールした販売と体制整備

近年、消費者のニーズのウエイトは花の色や形質から、日持ち性へとシフトしてきています。

小売業者も日持ち保証をして販売することを消費者サービスとする事例が見られ、今後拡大する可能性が高い事から、生産者自らが日持ち・鮮度の良い花きを生産し、それをアピールした販売を推進していく必要があります。

【推進の方向】

- ① 産地が流通段階で提供できる日持ち性に関する情報の重要性を認識し、日持ち保証を行う場合の課題を整理・分析し、関係機関・団体と連携しながら解決策を検討していきます。
- ② 関係機関等が産地の栽培履歴を分析し、日持ち性と栽培管理方法の関係を明らかにしながら、日持ち性を重視した栽培管理法を確立していきます。
- ③ 栽培管理で向上した日持ち性の良さをさらに向上させるため、産地と関係機関が連携して流通方法の改善を図り、具体的なデータを整理し、有利販売を目指して、市場関係者はもとより、小売店、消費者へも示していきます。

日持ち保証に取り組む事例

青山フラワーマーケット

夏場以外のバラ、6～10月のトルコギキョウ、7～10月のかすみ草について具体的な日持ち日数を明記して「日持ち保証」販売を実践している。日持ちの裏付けとしてFAJのテストルームで合格した物について日持ち保証して販売している。

「花を買う」行為は日持ちだけでなく、消費者の反応は良く、購買行動へのプラスアルファの効果が見られている。

今後、FAJの「GOOD! タグ」を付ける品目が増加すれば、「日持ち保証」品目も増やす見込みである。

FAJ(フラワーオークションジャパン)

『Test Room (花保ち試験室)』でおこなわれる花保ち試験を通じて、生産者から消費者までの流通における品質管理を強力なチェーンでつなぐことを目指している。「GOOD! タグ」は、切花の日持ちに焦点を当て表示していく取り組みの一つで、

☆適切な前処理がされていること

☆バケット流通 (ELFバケットシステム) であること

☆試験により10日以上の花保ちが確認されていること

(販売期間3日間、消費者の鑑賞期間7日間)

として認定された商品につけられ、認定期間は試験終了後1ヶ月間。タグは1束に1枚つけられている。

(3) 多様化する取引形態への対応

近年、花きの取引形態は予約相対の割合が高まっているほか、ニーズに応じて実需者等への直接配送、ミックス出荷、少量多品種注文対応、長期安定契約取引、単品切り花のパック加工など多岐に渡っています。

市場経済は需要と供給のバランスで価格が決められますが、花きはさらに品質と供給方法が大きな要素となります。そのため、所得確保のためには、高品質生産に加え、安定した供給が不可欠であり、取引形態についても差別化が必要となっています。

【推進の方向】

- ① 市場の信頼を得て相対取引などを進めるため、以下の次項を達成できる産地を育成します。
 - a 品質が一定レベルであること
一定の品質で規格が統一されたものを産地全体で安定出荷できるかが求められています。品質・規格が不揃いなものは、信頼されません。
 - b 需要に応えられる量を安定出荷できること
市場が求める量を安定して出荷できることが重要であり、日によって量にバラツキがないよう出荷できる産地体制を整備する必要があります。
 - c 一定期間、継続して出荷できること
一定の期間、一定の量で継続的に出荷できるかが重要なポイントです。
- ② また、相対取引では出荷の2日前に精度の高い出荷計画書を市場に提出し、セリ前販売するいわゆるD2販売への対応が求められます。相対、市場外流通（量販店、実需者との直接契約取引、インターネット販売）など多様化する取引形態に対応するため、ロットを確保し、契約した数量を計画的に生産・出荷できる産地体制が必要であり、生産と販売の両面から再整備して産地力を強化していきます。
- ③ 単独で一定の量が確保できない産地に対しては産地間提携によるロットの確保や長期間継続して出荷するためのリレー出荷などの取組みができるよう地域間の連携を図ります。
- ④ 産地自らが多様化する流通構造に対応できるよう、情報収集の機能強化を進めるとともに、直接取引している量販店等へ情報提供する必要もあり、関係機関・団体はその実現に向け新たな流通経路の開拓を支援します。

相対取引の事例

JA津軽みなみ

市場法の改正にあわせ、生産量が多いヒマワリを中心に、事前に販売価格、販売数量を取り決めて販売する相対取引を開始した。

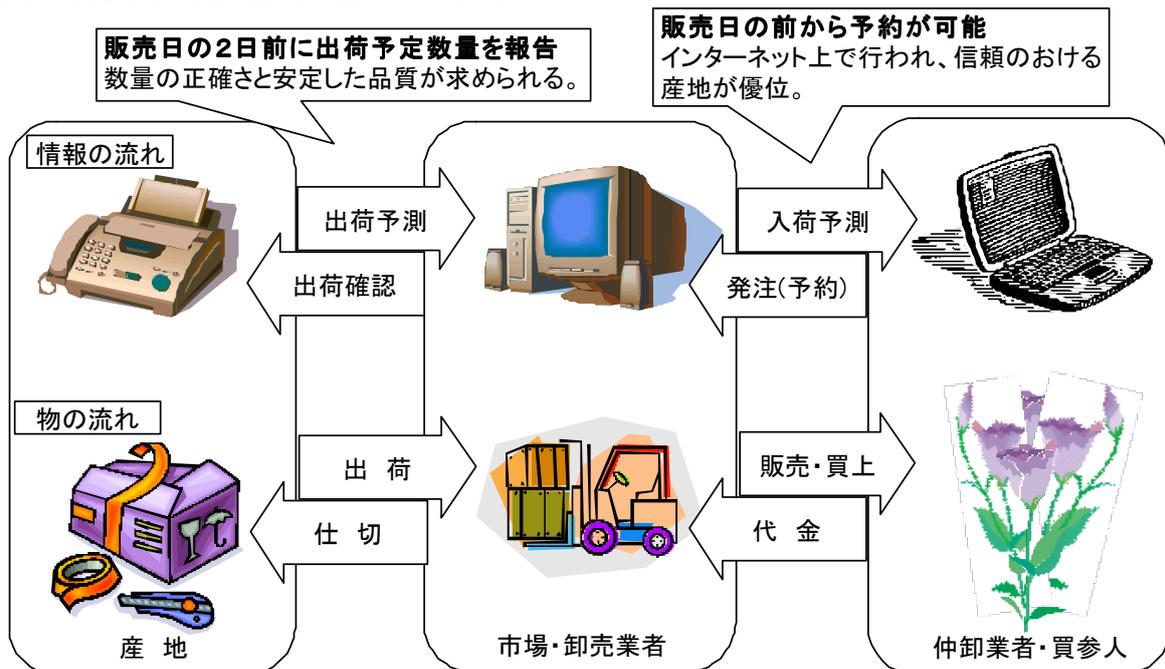
相対取引の割合は、ヒマワリ4割、バラ3割、トルコギキョウ2～3割となっており、品目と市場の状況に合わせ、週単位、年間、随時で契約している。

契約した数量の出荷ができない場合は、産地としての信用を大幅に下げることになるので、確実に出荷できる数量で実施している。

相対取引は、トルコギキョウなど品種の移り変わりが激しく、品種数が多い品目での生産量把握が難しく契約数量を増やせないことや、競り前取引（ネット販売、受注販売）で高値取引される場合も多く、必ずしも相対取引が有利販売とならないことなどの課題もある。

相対取引と競り前取引を組み合わせ、有利販売にもつながるよう、販売の強化と品質の向上を目指していく。特にトルコギキョウ、デルフィニウム、ストックの有利販売を実現していきたい。

せり前販売（D2販売）の流れ



(4) 生産・出荷者と卸売業者・小売業者との連携

産地のブランド化を推進するためには、卸売業者の持つ情報を活用しながら、生産と小売業者との情報交流の促進を目的に、商品企画等を検討する情報交換の場づくりが必要です。このため、消費者の声を受け止め、消費者からの提案に対して生産者やJA、卸売・小売業者が相互に連携しながら、取組んでいく体制を整備する必要があります。

【推進の方向】

- ① 産地・流通・販売関係者の連携を強化するため、まず産地から販売関係者に対し、生産情報の発信や産地訪問会等を企画し、生産状況等の情報を提供していきます。
- ② また、産地が販売関係者との交流会を開催し、お互いが有益な情報を交換し、直接取引の可能性等について検討する場を設置していきます。
- ③ 消費者ニーズに対応した品目・品種の導入や品種の特長を生かした飾り方等の消費者への提案を生産者や農協、卸売・小売業者が連携しつつ、自ら取り組んでいく活動を支援していきます。
- ④ 産地が販売関係者等との交流で得られた情報から業務用、パック加工用、生け花、フラワーアレンジメント教室などのニーズを把握し、それに対応した生産技術の修得、流通・販売方法の改善を支援していきます。

切花の日持ち試験認定事業

切り花の日持ちは、花の置かれた条件によって大きく変化するため、(財)日本花普及センターでは、これまで実施してきた試験結果をもとに、日持ち試験の実施方法や主要な品目・品種の品質判定基準を確立しました。

これを基に平成18年度から民間主体の事業として「切花の日持ち試験認定事業」を創設し、生産者や小売業者、花束加工業者等からの申請に応じて共通の基準により日持ち試験を実施することとしています。

これにより、客観的な「日持ち」が実証され、有利販売や消費者への正確な情報提供が可能となります。

現在、5花き卸売会社で実施する予定です。

アルストロメリア産地ブランドの育成

～JA山形おきたまアルストロメリア振興部会、花卉振興会の取組み～

産地ブランドを確立するため、JA山形おきたまでは様々な販売戦略を実践しています。アルストロメリア振興部会長 鈴木清左衛門氏は他産地よりも早い取組み、単発ではなく総合的に継続した実施がブランド化へつながると提言しています。

「アルストロメリアフェスタINおきたま」を開催

世界的フラワーデザイナーのエリー・リン氏によるデモンストレーションや「アルストロメリアの魅力探求！今後の展望について」と題して、生産者、研究、市場、仲卸、小売店の代表者がパネルディスカッションで検討したほか、アルストロメリア36種の新品種展示と人気投票を実施。

「麒麟こちち開花」*1とのコラボレーション販売

麒麟・グリーンアンドフラワー株式会社と提携し、産地に因んだネーミング（「おしょうしな」：置賜弁でありがとうの意）、親しみやすい米沢牛のイラストに加え、産地の解説やメッセージが盛り込まれたパッケージでアルストロメリアとトルコギキョウを販売。

小売店と連携した産地フェアを開催

青山フラワーマーケット（株式会社パーク・コーポレーション）、株式会社花良品、イオン株式会社と連携し、産地フェアを開催。一度開催した店舗では毎年定番化し年々実施店舗数は増加している。消費者へのPR効果とともに、消費者の生の声を聞いて、品種構成などに生かしている。

種苗会社との提携によるオリジナル品種

福花園種苗株式会社と提携し、2つの新品種を「カノン」「ブルーストライク」と命名し、1年間独占販売。これまでにない取組みから業界へのアピールと他産地にはない品種を持つことで販売競争力が高まっている。

産地見学会の実施

小売り店を対象に産地見学会を開催。JA山形おきたまのファンを確実につかむチャンスとなっている。

国際フラワーEXPO（IFEX）へ出展

日本最大級の花き商談展であるIFEXへ出展。花き関連の様々な業種へPRできるほか、実際に商談もまとまるなどの効果があがっている。

上海への試験輸出

上海花の見本展へ出品。日本産の切り花は品質が高く、上海のバイヤー等が興味を示しているが、検疫体制などの問題がある。

4 多様なニーズに対応した生産の拡大

(1) オリジナル品種の開発と活用

近年の花き需要は、これまでの業務需要中心からホームユース需要の伸びに伴い、そのニーズが変化してきています。ホームユースは、消費者個々の嗜好によって、色や形に対するこだわり、新しい品種、珍しい花などニーズが多様化します。そのため、商品性の高いオリジナル品種の育成や生産者育種、他県産のオリジナル品種の相互利用などを推進し、本県の独自性を打ち出したブランド化が必要です。

【推進の方向】

- ① 品種の開発は、育種に高度な技術を必要とすることから、当面は試験研究機関において進めます。その際には、取組める品目に限界があることや、品種育成に年月を要することなどから、青森県花き品種育成・普及懇談会の意見や市場評価に基づいて、本県にメリットが高い品目の育種を優先して実施します。
- ② 現在育種を行っている生産者や今後育種を始めたい産地などに対し、育種手法や品種登録方法の指導、育成者権の保護など支援します。
- ③ 本県オリジナル品種及び他産地が開発したオリジナル品種について、出荷期間が競合しない産地と相互に提携利用し、消費者に周年供給できる可能性を検討します。

ジャパンフラワーセレクション

日本における花きの新品種の開発・導入を積極的に推進するとともに、その成果を国内外の消費者や生産者等へ広く普及させ、花き産業及び花文化を発展させるためにジャパンフラワーセレクション実行協議会（財団法人日本花普及センター、日本花き取引コード普及促進協議会、静岡県等）が平成18年度からジャパンフラワーセレクションを開催する。

新たに育種された未販売若しくは販売開始後5年間以内の品種の中から優れたものが選ばれ、その品種は販売及び広報活動等に5年間統一受賞マークの使用が認められる。

青森県育成品種

輪ギク「えみあかり」

外側に向かって黄色の薄くなる花色が特徴で、7月下旬から8月上旬に開花するため、盆出荷が可能である。花が咲くときの蕾が微笑んだときの口元の形に似ていること、明るい花色が品種名の由来となった。



品種登録出願の番号	第15709号
品種登録出願の年月日	平成15年5月8日
出願公表年月日	平成16年7月16日 (農林水産省告示第1383号)

小ギク「秋小紅」

はっきりとした濃赤紫色で、花弁がさじ弁で立ち上がり、新鮮な印象の花で、10月上～中旬に開花する。



品種登録出願の番号	第16988号
品種登録出願の年月日	平成16年4月30日
出願公表年月日	平成16年12月17日 (農林水産省告示第2189号)

デルフィニウム

エラータム系の青色、淡青色、淡黄色の3品種を品種登録出願中である。さらに品種開発を継続し、これから様々な色、特徴を持った品種をシリーズ化を予定している。



青フラDel1交1号



青フラDel1交6号



青フラDel19号

(2) ホームユース用花きの低コスト多収生産技術の確立

近年消費が伸びているホームユース用切り花は、茎長が60～65cm程度で、手ごろな価格で提供することが重要です。これまでのホームユース用花きは、市場出荷用に生産されたものの中から下位等級品や規格外品を出荷してきましたが、需要が高まっている今後は、採算のとれる技術を確立し、定時、定量、定質を満たす出荷体制を整備する必要があります。

【推進の方向】

- ① 今後、さらに増加が見込まれるホームユース需要に対応するためには、収益性の一層の向上のため、短茎多収栽培技術を確立し、単位面積当たりの収穫本数の増加を図ることにより、定量・定価・定質・定時の条件を満たす出荷体制の確立を目指す産地を育成していきます。
- ② 産地が収穫回数や出荷量の増加に伴う出荷調製作業の軽減を図るために導入する、ばら受け対応や共同選花場等の整備による省力化を支援していきます。
- ③ 生産コスト低減の実現に向け、省力化技術の開発や省力化機械導入への支援及び、その目安となる資料づくりを推進していきます。
- ③ ホームユース用花きを有利販売するため、卸売業者等と連携して、花束加工業者やスーパーマーケット等と長期安定契約取引の拡大を推進します。

ホームユース・短茎多収栽培への取組み事例

カーネーションの大量生産体制確立を目指すJA日の出(淡路島)

兵庫県淡路島のJA日の出では全国に先駆けて、カーネーションの短茎規格出荷に取り組んでいます。年末や春彼岸、母の日を中心に出荷してきましたが、輸入カーネーションが国内流通の約30%を占める現在、需要の開拓と安定価格の維持のため、一昨年より赤のスタンダードカーネーションで45～50cmの切り花を10～5月に、毎週1万5千本を年間契約単価で市場出荷し、花束などの加工品に利用されています。

短茎で収穫することにより1.5倍の増収効果があり、つぼみ収穫法や据え置き株を2年以上使用することで、種苗費と改植労力の削減に取り組んでいます。

ホームユース用花きについて

- ① これまでの切り花は、業務需要に対応するため、高値で取引される茎長を重視した生産技術を確立してきました。茎を長くすると、生育期間が長く、出荷に大型の箱が必要となるため、生産・流通コストが高くなります。
- ② 近年の消費動向は、業務用から個人ユースへ需要の主体が移りつつあり、求められる品質が変化してきています。個人消費は、住宅事情によっても変わりますが、一般的な花瓶やフラワーベースには、現在流通している長さの花きはバランスが悪く、小売店での切り戻し等を考慮しても60～65cm程度あれば十分です。
- ③ また、個人消費を意識してスーパーマーケットで切り花のパック販売が拡大し、一般の小売店で商品開発された小型の花束やアレンジメントの陳列販売が拡大し、鉢ものでも小鉢化が見られるなど、自宅で日常的に飾られて潤いと安らぎを与えるホームユース用が徐々に拡大する傾向にあります。
- ④ しかしながら、これまでのホームユース用花きの出荷は、市場出荷用に生産されたものの下位等級品や規格外品で対応しているため、市場を中心とした流通では安値で取引されているのが実態です。ホームユース用の花づくりに取り組んでいる産地は、低コスト生産に取り組みながら花束加工業者やスーパーマーケット等との相対取引により安定的な販売量を確保することで、価格を安定させ、所得を確保しています。
- ⑤ 近年、キクやカーネーション等で茎長を短くすることにより作付回数を増やし、密植により収穫本数を増やすことにより、高品質を維持しながら収穫本数1本当たりの生産コストを低減する短茎多収栽培技術が開発されつつあります。
- ⑥ 欧州では、花き産業界の普及活動により家庭で花が日常的に飾られ、人に贈る習慣が定着しています。我が国でも適切な生産・販売体制が構築されれば、ホームユース用花き需要が今後さらに拡大していくものと考えられます。

5 需要拡大の推進

(1) 販売チャネル、情報発信等の充実

花きの需要を拡大するためには、消費者がいつでも気軽に花きを購入し、楽しむことができる環境づくりが必要です。ホームユース向け、ギフト向けなど多様な業態への対応やインターネットの利用など販売チャネルを拡大して、花の特徴や購入後も楽しめる方法等の情報を消費者に提供していく必要があります。

【推進の方向】

- ① 従来の小売店のほか、ホームユース向けやギフト向けから直売所向けまで、多様な業態への対応やインターネットの利用など消費者が買い求めやすい販売チャネルの拡大を、産地と販売店が連携して構築するための支援を行います。
- ② 消費者が気軽に花きを購入し、楽しめるよう、品目・品種の特徴や購入後の管理方法、長持ちさせるコツ、利用方法など情報を提供するため、花き装飾関係者等が販売店を中心に商品、栽培、デザイン等の知識や情報を発信できるシステム構築を支援していきます。
- ③ また、顧客層別のニーズを分析し、それに対応した生産の拡大と販売の促進を支援します。

(2) 花きを暮らしに取り込む活動の普及

ガーデニングや花のまちづくりなど日本人のライフスタイルに対応した花の楽しみ方を充実するため、各種展示会・コンテスト等を通じて花きに対する関心の高揚を図ります。また、飾りたくなったり、贈りたくなるような花きの魅力のアピールにも取り組みます。

【推進の方向】

- ① 消費者の花きに対する関心が高まるよう生産者、流通・販売関係者が協調し、それぞれの立場で役割分担をして各種展示会やコンテスト等を開催します。また、これを実践する青森県花の国づくり推進協議会等の団体を育成し、その活動を支援していきます。

- ② 多くの県民が花に親しめる機会を作るため、関係機関が連携し、県民のための農園等の設置や子供たちのスクールガーデンの活用などに取り組みます。
- ③ ストレスの解消や身体機能の維持・回復に有効と言われる園芸福祉や快適なオフィスや居住空間の形成に資する屋内緑化を推進するとともに、これを実践する技術者の育成を図ります。
- ④ 公共工事等で使用する花苗や緑化植物等を県産品で対応することにより、県産花きの消費拡大ができるよう、関係機関・団体との連携を図ります。



親子でフラワーアレンジを楽しむ



いいこと
あった日、
花を買う。

花っていいよね。キャンペーン

国と花き業界が一丸となり、花や緑で暮らしをゆたかにし、もっと消費者に花の魅力、すばらしさを伝えるための活動として、“花っていいよね。キャンペーン”を始めました。

一般公募で選ばれた「お花のコミュニケーション・ワード」とフィオリスタ・マークを使って、業界が一丸となって花と緑の

もつ日々の暮らしへの潤い・癒し、ハレの機会の演出、愛や感謝を伝える力などを伝え、花きの利用・消費・購入の気運づくりを行います。

生産者、フラワーショップ、流通・市場関係者一人ひとりが自らキャンペーンの担い手となって、さまざまな販売促進を進め、消費者に対して花き購入機会を広げていきます。

このシンボルマークは、フィオリスタ・マークと名付けました。
フィオリスタ (fiorista) とは、イタリア語で花の人、花屋さん、花き生産者（男の人も女の人も）という意味があります。作図には次の意味が込められています。
男の人も女の人も、堂々と幸せそうに花や緑を持って歩くっていいですね。
花や緑を買って帰る、贈られる、届ける。
お花を持っている人はうきうきし、一步一步がつい大きくなります。
周りから見ても輝いていて素敵で、幸せを分けてもらった気持ちがします。
いつも家にお花を飾っているのでしょうか、大切な人に大切な場面で渡すのでしょうか。
こんな姿を待ちのあちらこちらで見たいという願いをこめて。

6 次世代を担う花き生産者の育成・確保

(1) 担い手・経営体の育成

花き生産においては、需要に即した生産を行う経営感覚に優れた生産者が主体性を持って、創意工夫を十分発揮することが求められます。また、米価が低迷している稲作主体の地域では、減少する農業所得を確保していくためには、水稻との複合経営を推進していく必要があります。

そのため、認定農業者を始めとする担い手へ生産技術や経営能力向上の指導を展開し、花き農業の担い手となる経営体の育成・確保を図る必要があります。

【推進の方向】

- ① 新たに花き経営に参入する担い手が無理のない計画を作成できるよう、花き経営指標、経営モデル等を作成し、指導体制を充実していきます。
- ② 特に、水稻農家が参入しやすいよう転作田での生産が可能で初期投資の少ない小ギク、露地栽培が可能なヒマワリや宿根性花き等を主体とした複合経営モデルを作成します。
- ③ 新規参入者等が早期に花き生産者として自立するため、各種研修会を開催するほか、フラワーセンター21あおもりにおける長期受け入れ研修等を継続するとともに、地域における担い手育成の体制（トレーナー制度等）を検討します。
- ④ 営農大学校において畑作園芸課程花き専攻コースを引き続き開設して花きの新規就農者を育成します。
- ⑤ 産地づくりを強力に進めるためには、個々の生産者の規模拡大が不可欠であり、施設等の生産基盤の整備や経営規模の拡大に対する支援や経営管理能力の向上、流通販売に関する知識、作型拡大等の栽培技術向上などの指導を行い、優れた経営感覚を持つ担い手を育成します。
- ⑥ また、認定農業者へ誘導するとともに、認定農業者を始めとする担い手への重点的な施策の展開等を図ります。

(2) 生産組織の育成と指導体制の確立

花き産地を確立していくためには、それを支える生産組織の存在が不可欠です。J A花き部会や専門品目ごとの組織、生産者組織などがありますが、それぞれの役割を明確化した上で、連携していくことが必要です。

また、生産から販売まで一貫して指導する体制を早急に確立することが重要となっています。

【推進の方向】

- ① 産地を拡大するためには、生産から販売まで一貫した機能を有するJ A花き部会の充実が最も有効であることから、各農協は部会への加入促進を進めて、体制強化に努め、関係機関はそれを支援します。
- ② J A花き部会は生産技術向上や新規品目の導入等の地域の花き振興、各地域花き生産者協議会はJ Aがフォローしきれない部分の指導や花き栽培者の底辺拡大などを担い、互いに連携しながら生産拡大につながる活動を展開していく必要性があります。関係機関や農協等の団体はこういった活動が展開できるよう、指導体制の充実を図り、自立した組織づくりを指導していきます。
- ③ 青森県花卉振興協会、女性フロリスト・ドリームメイトの解散を受け、これら組織の構成員が各J A花き部会等の組織にスムーズに加入できるよう誘導します。
また、全県的な組織が存在しないことから、それぞれの組織が孤立しないよう県、関係団体が相互の連絡調整機能を発揮し、県全体の花き生産振興を進めていきます。
- ④ J Aが広域合併していく中で、各J A花き部会も大型化していくことが予想されます。このため、J Aの指導体制整備や生産者間の意思統一などが重要になることから、県はこれらについて指導・援助をしていきます。
- ⑤ 専門品目ごとの組織や任意組織については、それぞれの目的が達成されるよう、生産者のリーダーや指導者の育成を支援していきます。

V 花き生産目標

本県が目指す花き生産の目標は、平成20年で作付面積350ha、生産量は切り花類が7,500万本、鉢もの苗もの4,100万鉢を目指します。（「攻めの農林水産業」推進基本方針より）

平成20年には取組実績を分析、本指針の見直しを行い、さらなる本県花き産業の振興を目指していきます。

表-24 花きの生産努力目標

年度 項目	14年度			20年度(目標)			生産量比(%) H20/H14
	作付面積 (ha)	単収 (本・鉢/10a)	生産量 (千本・千鉢)	作付面積 (ha)	単収 (本・鉢/10a)	生産量 (千本・千鉢)	
切り花類	160	208	33,234	250	300	75,000	225.7
鉢もの他	100	169	16,886	100	410	41,000	242.8
計	260	377	50,120	350	710	116,000	231.4

「攻めの農林水産業」推進基本方針より



いいこと
あった日、
花を買う。

花っていいよね。キャンペーン