

(別紙2)

### 第3回花き産業振興方針検討会議事概要

- 1 日時  
平成16年10月19日(火) 15:30 ~ 17:30
- 2 場所  
農林水産省共用第3会議室
- 3 出席者  
【検討会委員】別添のとおり。ただし、須磨委員は欠席  
【事務局】吉田花き対策室長他
- 4 議事概要

吉田花き対策室長から、「資料5 花きの流通の現状と課題」について説明。その後意見交換。

#### (1) 流通について

【小川委員】(資料5 P8 「花きのロス率」について)花きのロス率が小売で発生するものであれば私の印象より高いと感じる。(資料5 P8の上段で)小売り価格に対する小売経費の割合が高いと書かれているが、オランダは別にして、国際比較するとこんなものではないかと思う。

【磯村委員】バケット流通の普及については湿式縦箱の場合でも、大田花きでは市場内の荷受けから引渡しまで6分間分の手間が追加的にかかる。バケット輸送はいわば切花の鉢もの化といえる。コンテナとか台車輸送、生産地からの輸送等と物流問題として議論する必要がある。卸売市場では近年切花の取扱単位が小さく種類が多様化する中で、バケットでの上場は手間がかかりコストが増す傾向があるため、このコスト吸収をどうしていくかが課題。

湿式物流の花き業界全体へのメリットは小売が持ってきてすぐに販売できるところ。水上げ時間が少なくて済み3~5時間は短縮できる。これにより商品回転率が上がる可能性がある。

【渡辺委員】バケットを使っている実需者はバケットものはよいという。しかし輸送に経費がかかる。バケット輸送が伸びない理由は何か。

【磯村委員】バケットは上場単位がオランダのように大きければ市場で取り扱うメリットが大きいのではないか。輸送面から見ると低温流通がとぎれた場合の品質管理が難しいと思われる。また、冬場は水が凍るので、暖地を除いて難しい。市場間転送の場合、航空機輸送が多くなるが、湿式のものの航空機輸送は、水漏れ対策のために運賃が高くなることもある。また、バケット流通は段ボールの横箱に比べ積載効率が4割落ち、その分コストが高くなる。ただ、産地をまとめるなどして物流の上での価格折衝は可能と思う。また、花束加工業者等との予約相対取引であれば、実需者のニーズに合わせて出荷もできるのでバケットの

導入が進むと思う。

【瀧 委員】流通業者に直接流す場合、バケツはよいのではないか。物流についても鉢ものと同じと考えればそれほど難しく考えなくて良いのではないか。

【磯村委員】その場合は流通業者のニーズに合わせて卸売市場で現在行っている多種の花を等階級まで含めてアソートすることを生産業者にできるかがポイントとなる。

【近藤委員】表示システムに関連して生産サイドで鮮度の良いもの出荷する取組をしている。花にとって一番いいことをするべく、出荷、物流とも検討すべき。市場法の改正で商物分離が可能になると、トレーサビリティは大事。今、バケツにICタグを付けることも検討しており、これにより消費者から生産者の顔が見える販売をしたい。バケツ輸送は積載効果率が4割落ちても、量がまとまればコストダウンの交渉も可能。鮮度の良い花を提供し需要拡大するためにはバケツ流通を進めるべき。

吉田室長から、「資料6 花きの需要拡大策等について」及び「資料7 花きの需給状況について」を説明。その後意見交換。

## (2) 需要拡大策等について

【宇田委員】ガーデニング、造園、まちづくり等に現場で取り組んでいると、農林水産省と国土交通省の行政サイドの融合、融和が必要と感じる。

【安藤委員】園芸療法については、厚生労働省との関係が必要。食料は国民のエネルギー源、園芸は心の健康源といえる。花き文化は親から子への伝達など幼児、若年層への取組も含めてとらえるべき。花き産業は国民の精神文化を担っているんだと言う切り口で、そのためにこうするべきということが必要。最近、女の子が小さな植物に名前を付けて育てるペット植物という文化が始まっている。そういうところで花文化を次世代に伝えていくことが必要。

【中村委員】(資料6のP9) 新たな物日をつくるよりは、日常の需要を増やす努力が必要。花を配るキャンペーンをやっているが、花瓶を配るとか、もう少し気軽に花を楽しめるようにしたらどうか。インテリアの一部として花を楽しんでもらえるように。

【飯塚委員】学校で花に接する取組の例として、神奈川県では花いっぱい協議会というのがあるが、こうした活動の継続は先生によって大きく左右される。先生が代われば活動がなくなってしまったりしてしまう。学校の活動で花に接した子供達は、次の活動を自分で考えられるようになる。例えば、家に帰って花を植えたり。そういうことを理解している先生がもっと増えればと思う。

【安藤委員】(資料6のP8) 主な資格の種類にアメリカ園芸協会の園芸療法士を入れて欲しい。

【西岸委員】今までのホームユースの中身は仏花や正月用が中心で、消費者自らが楽しむことが少なかった。いま消費者は、花束からバラ売りまで好みに合わせて選ぶ等、自ら飾って楽しむ工夫している。そうした個人の取り組みを評価し、日々の需要の底上げをすべき。また、ギフトでも個人間でのものが増えている。一方、今の物日は国内生産者は十分に対応しきれていない。

【宇田委員】ホームユースで直売の占める割合が大きい。小さな農家が心配しているのは、市場法の改正は大産地にはメリットが大きい個人でやる人では手数料が高くなり市場出荷が難しくなるのではないかとということで、今後さらに直売が増えるのではないか。

### (3) 輸出について

【磯村委員】花きの生産額に占める輸出の金額が少ない原因に、輸出相手国の防御の堅さがある。これは民間では対応できないので国の対応が必要。

【渡辺委員】輸出を検討したが、関税がネックになっている。

【安藤委員】輸出している花の内容をみると輸出用に商品開発されたものとはいえない。この状況で本格的に輸出すると言うことは難しい。

【瀧 委員】輸入は受け入れて輸出がなしというのはだめ。よその国で売れるもの輸出できるシステムをつくらないとまずいのでは。

【磯村委員】オランダと同じように新しい品種で、栽培の手間がかかり、輸送上容積率のよいものの輸出はできるのではないか。

【安藤委員】円滑な輸出体制を整えることに関係者の異論はないのではないか。そういう物の中に盆栽があり、輸出は安定している。

【磯村委員】プラザ合意前のサボテンの接ぎ木のようなものもある。いまは韓国に行ってしまうが。

【西岸委員】日本から輸出できるのは高級ブランド花きであり、日本でも一番高級なもの。こうしたものが国内で売れる期間はひとつのものについてみると3 - 5年であり、その販売を拡大する視点から輸出することになるのではないか。

【瀧 委員】デンマークからはカンパニユラを - 2 で凍らせて日本に入ってくる。この逆もできるのではないか。うんと安いものも輸出していく。そのような図式も描いておかなければならない。

【小川委員】輸出を考えるときは輸入どうするかということも考えることが必要。相手国の輸入障壁を下げてくれ、というと相手方は必ず日本の障壁も下げてくれ、と言ってくる。

【近藤委員】種苗の輸出も考えるのか。

【磯村委員】種苗では、日本のヒマワリとかペチュニアが世界に輸出されている。種苗会社は元々輸出しているしポテンシャルは高い。

(4) 育種について

【安藤委員】(資料6のP20)福岡県ではS27年から生産地自ら新品種の品評会をやっており、そこで評価された花を福岡県の花として売り出している。

(5) 需給状況について

【腰岡座長】目標をどのあたりに設定したらよいか。

【安藤委員】ガーデニングは一過性のものではなく、文化として定着しており、これを踏まえた分析とすべき

【飯塚委員】球根の需要を引っ張ってきたのはホームセンターだと思う。しかし、ホームセンターには植物の知識が浅く、例えば季節はずれの8月上旬にチューリップを売りそれが咲かずに消費者のチューリップ離れを起すようなことをしたりしている。切花の輸入がコスト的に安ければ球根の輸入は下がる。逆に、消費を伸ばすのもホームセンターがキーになる。

【磯村委員】米の値段が下がってきたので新潟ではチューリップ、アイリス球根の植え付けを増やしている等、花きの需給の見通しには他の要因も絡んでいる。

【小川委員】(このまま業界として自然な成り行きにまかせることを前提に考えれば)大きくみると示された見通し程度になるのではないかと。しかし、切花の需要は今後の需要拡大の取組により変えることができる。ただし、花の産業全体で需要拡大のプロモーションをすることはなかなか難しいと言われて続けて十数年間経っている、。国の予算も限られている中で今後は民間主導にならざるを得ない。

【磯村委員】日本の小売価格は品質のよいものを指向したので高い。今までは品質がよいものは価格が高くてもよしとする考え方だが、それではオランダ等に負けてしまう。いかにコストダウンしてしかも再生産が可能なものとしていくか。安いが品質が悪いのでは消費者は納得しない。

【瀧 委員】そのためには相当に設備投資しないとできない。

【磯村委員】いまはコスト低減のために家族労働などにより労賃を下げている。産業本来の姿ではない。

【磯村委員】価格を下げれば需要は大きく増える。生産者の一品種の面積規模が小さく計画生産をしているとはいえない。小売りがイベントをやろうとしても見積もり、企画書が書けない。フェアができれば個人消費も増える。

【石森委員】個人消費を伸ばすのは賛成。年5回の物日が定着する中で、内容に変化がみられる。インターネットでの販売が増えている。お盆といった仏花需要にも「大小」、「和洋」といった変化が出ている。花に小物雑貨をセットにするな

ど買ってもらう取組が重要。

あらゆる環境の変化に対して、どう生産・流通に繋げていくのかも重要である。ミニブーケや小型の鉢物等ミニ化が進んでいるような傾向があるので、マーケットとしてどう結びつけていくのかもポイントになる。

【渡辺委員】年5回の物日用に茎の短いものを生産、出荷することとすれば苗も多めに植えることができるので採算は合う。見積もり、企画書も要求されれば作成する用意はある。問題は生産したものが需要に合うかどうか。

【安藤委員】花き対策室は農水省で初めて小売対策が必要だと言い出したことを評価している。今回は文化を取り上げたことを評価する。キャッチフレーズが欲しい。古い言葉だがアメリカでは「Say it with flowers」という言葉があり、今でも良い。永く使えるものがよい。インターネットの世界はもう一つ捉えにくい、色々な人が文化を発信している。

【西岸委員】需給見通しは、切花は個人需要でもう少し伸びるのでは。花壇苗は数量的には限界に近くなりつつあるが、品種構成は大きく変わりうるのではないか。

【小川委員】世界的な傾向として、鉢ものの鉢のサイズが小さくなっている。

日本では減少傾向がある鉢ものの消費が、海外（欧州）では増加傾向にある。近い将来、日本やアジアで特にミニサイズの鉢もの需要量は、大幅に増える方向にある。欧州の業界団体はそのように予測して行動している。

(別添)

花き産業振興方針検討会委員（敬称略、五十音順）

氏名	所属・役職
あんどうとしお 安藤 敏夫	千葉大学園芸学部教授
いづかいさお 飯塚 勲	(社)日本種苗協会花き部会会長代理
いしもり きよえ 石森 紀代江	イオン(株)ガーデニング・グリナリー商品部 カテゴリーマネージャー
いそむらのぶお 磯村 信夫	(社)日本花き卸売市場協会常務理事
うだ あきら 宇田 明	兵庫県立農林水産技術総合センター園芸部研究主 幹
おがわ こうすけ 小川 孔輔	法政大学経営学部(経営大学院)教授
くりはら ひろゆき 栗原 浩之	(社)日本生花通信配達協会理事
こしおか まさじ 腰岡 政二	(独)農業・生物系特定産業技術研究機構 花き研究所所長
こんどう たいじ 近藤 泰次	大井川農業協同組合花卉センター長
すま かづえ 須磨 佳津江	キャスター
たき ぶんしん 瀧 文臣	(社)日本花き生産協会副会長
なかむら いちよ 中村 一葉	(有)一葉
にしぎし よしお 西岸 芳雄	(財)日本花普及センター専務理事
わたなべ やすひろ 渡辺 康宏	(社)日本花き生産協会 輪ぎく部会長