

花の国づくり滋賀県協議会（滋賀県）

協議会構成団体：滋賀県花き園芸協会、滋賀県生花商協会、
日本フラワーデザイナー協会滋賀県支部、株式会社なにわ花いちば
京都生花株式会社、滋賀県

対象品目

切り花：カーネーション、スプレー
マム、スターチス、カスミソウ

切り枝花木：アカシア、サンゴミズ
キ、ビバーナム等



< 取組内容 >

1. 花き流通の効率化等の取組

・検討会を開催し、生産者、流通関係者、県関係者で現状や懸念事項などの意見交換、情報共有を行い、出荷資材や輸送コスト高に対応するため、県域で推進しているユーカリの出荷箱の統一を図った。



・近年の燃油、資材価格高騰により出荷資材や輸送のコストが大きく上昇しており、花き農家経営の中で流通コストの削減が大きな課題となっていることから、出荷箱の統一を行ったことにより、資材単価の低減に繋がった。
(従来の箱：368円→新出荷箱：197円)



下段（無地）が統一箱

2. ホームユース需要等に対応した品目等の転換の取組

・新品目となる切枝花木の検討をし、その中から試験研究や現地での調査ほによる栽培調査を通じて滋賀県に適した品目を選定した。
・花き市場で、「導入候補品目の流通状況および花木類で今後の生産増が期待される品目」と、「市場流通時の荷姿および需要のある規格」の需要実態調査を行った。



・新たに導入する品目として、サンゴミズキ、ビバーナムティナス、メラレウカ、シンフォリカルポス、スモークツリー、ユーカリ「ベイビーブルーブーケ」「プルプルエント」を選定し現地で栽培調査をした結果、いずれの品目・品種も本県の気象・栽培場所が原因と考えられる枯死等は無く、市場での需要も高いことから推進品目として継続して調査ほでの栽培を続けることとした。
・栽培実証および先進事例調査の結果から「銀葉アカシア・パープリア栽培の手引き」（マニュアル）を作成した。



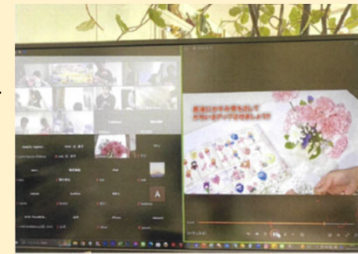
アカシア・パープリア

3. 新たな需要開拓、消費拡大に向けた地域段階の取組

・花きに対する興味や理解を醸成し、家庭内の花きの消費拡大を図るため、小学1年生から3年生とその保護者を対象に、親子での花育体験（アレンジメント教室と花の取扱説明）を午前と午後の2回に分けて行った。
・幅広く受講者を募るためオンラインで実施した。
・今後の消費動向の基準となる数値のアンケート調査を、Eメールで行った。（令和5年4月1日から令和6年2月29日までの期間の花の購入金額）



・オンラインで開催したことにより、70組の参加があった。
・参加の申し込みは先着順としたが、募集人員に達した後も多くの問い合わせがあり、花育に対する興味や関心の高さがうかがえる結果となった。
・消費動向の確認のため、目標年度（R7）まで年1回、アンケート（メール配信）を実施する。
参加者70組のR5.4～R6.2までの花の平均購入金額：3,224円



オンラインでの説明の様子

< 今後の取組予定 >

- ・花き流通の効率化については、集出荷体制や輸送体制の見直しにより、輸送の効率化を図り物流コスト上昇への対策を見出す。
- ・ホームユース需要等に対応した品目等の転換の取組については、これまで「薬物」だけだったが、「花物」「実物」へも拡大していく。また、現地で課題となっている近年の異常気象や病害虫対策についても検討していく。
- ・新たな需要開拓、消費拡大に向けた地域段階の取組については、県産花きに対する興味や理解を深め、花の購入意欲の向上につながるよう引き続き小学生の親子を対象に花育体験をオンラインで行う。

京都府花き振興ネットワーク（京都府）

協議会構成団体：京都府花き生産組合連合会、京都生花株式会社、株式会社大原総合花き市場、京都府花商協同組合、京都府園芸商組合、京都府農業協同組合中央会、京都市、京都府

対象品目

花壇苗：ペゴニア、マリーゴールド、ナデシコ、パンジー（ビオラ）
切り花：バラ、ひまわり、河原撫子、檜扇、花しょうぶ、小ギク
切り枝：コットンフラワー、桜、アジサイ、桃、ユーカリ、ミモザ



コットンフラワー



コギク

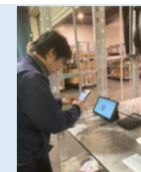
< 取組内容 >

< 取組の成果 >

1. 花き流通の効率化等の取組

・出荷者が市場到着後に荷下ろしを行う時間を短縮するためのスマート荷受システムを開発し、試験導入を行った。
・トラックの荷待ち時間の短縮を図るため、運送会社が事前に荷待ち時間を予約する既成の荷受システムの導入実証を行った。

・出荷者の荷下ろし作業時間について、1件あたり6分削減可能なことが確認できた。
・トラックの荷待ち時間について、1台あたり20分削減可能であることが確認でき、市場職員の拘束時間は1.3時間/日削減可能であることが確認できた。



運転手が受付登録をする様子



市場職員用予約確認画面

2. ホームユース需要等に対応した品目等の転換の取組

新型コロナウイルス感染症拡大の巣ごもり需要から、より注目されている花壇苗について、ホームユース需要に対応した品種の栽培実証試験及び花壇苗関係者との意見交換会を行った。

・新品種実証試験では、全ての項目で標準品種と比較しほぼ同等以上の評価であったが、「れいんぼーシェード」（パンジー）の評価が最も高く安定していた。
・品種の花色のばらつきの幅が想像以上に大きいという課題を見つけることができた。意見交換会においてはボリューム不足を指摘され、ポットサイズをより大きくする、切り戻しの時期を変更する等、品種特性を活かすための手法を検討した。



意見交換会の様子

3. 新たな需要開拓、消費拡大に向けた地域段階の取組

・端午の節句やいけばな需要等がある花しょうぶ等において、50代以下の社会人をターゲットにインフルエンサーによるSNSのPRを含む消費拡大キャンペーンを実施した。

・SNSを活用したライブ配信では、のべ12,688人の視聴があった。
・キャンペーン実施後、花きを1回あたり千円以上購入する人の割合が22%増加した（実施前65%→実施後87%）



SNS動画配信の様子

4. 産地の花き生産の課題解決に資する技術実証等

・小ギクにおいて、適切な時期に開花期を迎え、病気に強いパテント品種の栽培実証試験を行った。
・ヒオウギにおいて、春季のネダニの食害による腐敗、収量減が深刻であるため、有機リン剤等農薬による防除の有効性について実証を行った。

・パテント品種導入実証では、「精しろく」の評価が最も高く、頂点咲きであり、調製も比較的容易であることがわかった。
・ネダニ類に対して有効な薬剤を確認できた。また、防除について秋季もしくは、ヒオウギの新根発生時期である3月初めに行うことが有効とわかった。



生育の悪いヒオウギ

< 今後の取組予定 >

・コットンフラワーについて、パレット出荷に係る効率的、効果的な輸送方法の実証・検討を行う。
・枝物花きの生産拡大を図るため、売れる枝物花きの出荷規格や品質等の情報収集と先進的な生産・出荷技術の調査・視察を行う。
・SNSを活用して消費拡大活動に取り組む他、コットンフラワーやバラ等について、消費者等向けのイベントを開催する。
・小ギクにおいて、夏季高温による被害軽減を図るため、被覆資材ごとの土壌水分の保持力の検証を行う他、夕方散水による気温の低下と開花遅延の程度を検証する。

大阪府花き振興協議会（大阪府）

協議会構成団体：大阪府花き園芸連合会、大阪府生花商業協同組合、大阪鶴見花き仲卸組合、株式会社日比谷花壇、京阪園芸株式会社、株式会社大阪鶴見フラワーセンター、株式会社なにわ花いちば、株式会社西日本花き、株式会社JF兵庫県生花、株式会社JF鶴見花き、花キューピット大阪連合支部、日本ハンギングバスケット協会大阪支部、大阪府フラワー技能士会、国際花とみどりのセブピー協議会、公益社団法人日本フラワーデザイナー協会大阪支部、環境農林水産部農政室推進課・流通対策室

対象品目

鉢花：ミディ胡蝶蘭
クリスマスローズ
花壇苗：夏用花壇苗
切り枝：ミモザ、サクラ
ハナモモ



高温下での花壇苗の生育・開花を取りまとめた指針の完成



社会人男性の需要拡大をめざしたflower supplementの開催

< 取組内容 >

1. 花き流通の効率化等の取組

- ・市場システムの改変に伴う流通の変化について、生産、流通、消費段階それぞれの立場での検証および課題抽出を行った。
- ・贈答用大輪系胡蝶蘭の処分を問題にし、鉢の回収、苗、鉢、培土のリユース、リサイクルに向けた取り組みの検討を行った。
- ・花き流通におけるロス削減のため、卸売市場、小売り事業者に対する研修会を開催した。

2. ホームユース需要等に対応した品目等の転換の取組

- ・ミディ胡蝶蘭の実需者の評価を調査するため、2023年11月～2024年2月にホームユース市場に関するモニタリング調査を実施した。
- ・花のコミュニティサイトGreenSnapを活用し、育成の様子を投稿および育成後のアンケートを実施、結果を分析した。

3. 新たな需要開拓、消費拡大に向けた地域段階の取組

- ・「染める」をテーマにしたflower Supplementを男性オフィスワーカーの多い淀屋橋オフィス街で開催し、参加者にWebアンケートを行った。
- ・グランフロント大阪及び箕面住宅展示場において、ハナモモ、ミモザの消費段階での開花状況や品質保持技術実証にあわせてオフィスワーカーを対象に花を飾ることによる購買行動への影響を調査した。

4. 産地の花き生産の課題解決に資する技術実証等

- ・大阪関西万博会場を彩る夏用花壇苗の耐暑性、耐塩性、耐風性評価と生産者・実需者向け資料を作成し研修を実施した。
- ・サクラの開花期延長による特定日開花技術について実証した。ミモザの体系的な品質管理技術を実証試験に移行した。

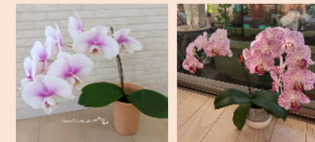
< 取組の成果 >

- ・インターネットセリ取引の導入により、卸売市場職員の勤務時間が大きく改善されたことに加え、遠隔地からのセリ参加者の増加などのメリットが生まれた一方、直接買い付けを行ってきた近隣小売店から、購入時に現物確認できないなどのデメリットが生じるなどの意見が出た。
- ・胡蝶蘭の鉢回収について、農福連携を軸としたリサイクルシステムの具体的検討を開始した。
- ・切り枝花木類を中心とした品質保持技術の研修会の参加者約50名に対し、「ミモザの日」に合わせてミモザ専用の品質保持剤を広く技術普及した。



市場・生花店対象品質保持講習会の開催

- ・モニタリング対象者318人へのアンケートの結果、ホームユースミディ胡蝶蘭は90%以上の方が満足と回答。今まで胡蝶蘭はハードルが高く、管理が難しいと思っていたが育てやすかったという声が多数であった。平均観賞期間は2.4か月であった。
- ・ユーザーが想定する平均価格は2508円±1086円（標準偏差）となった。
- ・結果をもとに商品の外観及び価格を設定し、新品目としての生産を開始した。



モニターからの投稿例「本当に花期が長い！そしてキレイなまま咲き続けてます。」

- ・アンケート回答者の30.8%が男性で、昨年度から倍増するなど、イベントの効果が認められた。アンケート回答者の40%は花の購入歴がほとんどない参加者であったが、イベント参加により、83.4%が花を買う機会が増える、または増えるかもしれないと回答した。
- ・アンケートの結果、昨年と同調査と比較して「ミモザの日」は8ポイント、「国際女性デー」は29ポイント認知度が向上した。ハナモモの追跡調査において開花しなかった事例が複数あり、持ち帰り時の乾燥リスクへの検討が必要となった。



Someru Stand by flower supplement開催の様子

- ・高温期のベゴニアやサルビア、メランポディウムは植付け後の生育が悪かった。ペチュニアは品種間差があり、品種「ラテリーナ」は被覆割合、開花状況とも良好であった。これらを栽培指針に取りまとめ、産地3か所で研修を実施した。
- ・啓翁桜は貯蔵期間の延長により低温庫内での開花が進んだ。
- ・ミモザでの実証試験は生産者処理で効果が見られたものの十分ではなく、観賞期間中の継続処理の効果が高かった。



無処理 生産者処理 継続処理
現地実証において生産者処理の効果が認められたが、消費までの継続処理の効果が高いことを確認

< 今後の取組予定 >

- ・引き続き卸売市場、小売店の各団体とインターネットセリへの移行に伴う課題を検討し、改善方策を探る。贈答用胡蝶蘭の鉢問題は、本事業において農福連携の可能性について実証試験を行う。
- ・ホームユース向けミディ胡蝶蘭については、市場調査が完了したことから、令和6年度以降販売に向け生産を軌道に乗せ、大輪系胡蝶蘭から20%程度の転換を図る。
- ・Flower Supplementは徐々に男性参加者からの反応が増えるなど効果が高まっていることから、引き続きイベントとWEBアンケートを実施する。
- ・作成した夏用花壇苗の資料を普及に移すとともに、必要に応じて講習会を実施する。
- ・サクラ切り枝は5月～8月までの開花期延長に向け、産地実証試験を行う。ミモザは、生産者、小売店向け講習会により技術普及を促し、生産者処理を基本とした出荷に加え、小売店での継続処理に移行する。