

フラワー需給マッチング協議会

協議会構成団体： JA全農秋田 JA全農岩手 JA全農長野 JA静岡経済連
JAあいち経済連 JA愛知みなみ JA香川県 JA全農ふくれん JA全農おいた
JA熊本経済連 沖永良部花き専門農協 JAおきなわ 沖縄県花卉園芸農協
大田花き 旭川生花 とうほうフラワー・ポート 新花 宇都宮花き 南関東花き
名古屋花き 他 全41団体（生産地・流通・販売）

対象品目

切り花：菊類 リンドウ
トルコギキョウ
カーネーション



< 取組内容 >

1 国と試験研究機関主導による全国レベルでの技術実証

開花調整が困難なリンドウにおいて、需要期前（最大10日）に採花したリンドウの保管技術の実証を行った。

9月の需要期に対応する品種について、消費地まで輸送を行った後に消費地の低温庫にて最大10日間の貯蔵実証を行い、慣行品との品質、花もち等の比較、輸送ストレスや、品種の違いによる品質状態の差が発生しないかを検証した。

3日、5日、7日、10日保管期間を設定し、搬出後の経過観測を行った結果、夏品種と同様の採花時期などの手順で、低温庫から搬出後全ての保管期間で10日以上の日持ちが確認され、品質面において問題無く流通させることが出来る事が実証された。

本結果により、9月の需要期における、残暑影響などの供給の不安定を解消することが期待される。



< 取組の成果 >

2 国産花きの需要構造の変化に対応した 全国的な需要拡大の取組

スマートフラワー規格の導入及び消費拡大を図るため、展示会への出展・WEBセミナーを実施。

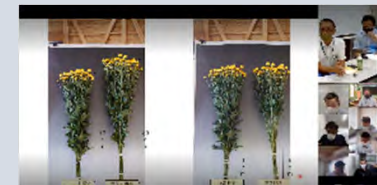
- 1) 展示会では現物展示ならびに認知度調査を行った。
- 2) WEBセミナーではスマートフラワー導入産地を未導入産地や生花事業者へ紹介し、交流を図ることで拡大支援とした。

展示会：フローラルイノベーション2022
(10/26-10/28 来場7000人)
任意の100名にアンケートを行った結果、スマートフラワーの認知度は31%であった。

WEBセミナー：8月26日開催
(県連5団体、メディア3社、参加関係者50社)
参加関係者の50社全てからスマートフラワー導入に向けての前向きな回答が得られた。



展示会の様子



WEBセミナーの様子

< 今後の取組予定 >

- ・スマート規格の更なる普及拡大
- ・リンドウでの乾式での貯蔵技術の確立
- ・他品目での貯蔵技術の確立

全国鉢物類振興プロジェクト協議会

協議会構成団体：一般社団法人日本花き生産協会鉢物部会、日本洋蘭生産協会、鴻巣花き株式会社、株式会社フラワーオークションジャパン、株式会社東京砦花き園芸市場、株式会社青梅インターフローラ、株式会社するが花き卸売市場、豊明花き株式会社、株式会社JF兵庫県生花、株式会社花満、九州日観植物株式会社等18会員

対象品目

国産鉢物類：鉢物、花木類、球根類、花壇用苗木、盆栽、植木等の根付き花き園芸植物



< 取組内容 >

1 国産花きの需要構造の変化に対応した全国的な需要拡大の取組（愛知地区：幹事会員 豊明花き株式会社）

当協議会は、都市公園等と連携・活用により、モデル花壇による新しい品目・新種の実証展示や多様な園芸文化の発信拠点としてフラワー&グリーンマルシェの開催等を全国の主要都市10カ所で実施。

愛知地区では、三重県桑名市にある「ナガシマスパーランド」のなばなの里（植物園であり、なばなの里を含むナガシマスパーランドの年間来場者数は約11,500万人）と連携して、フラワー&グリーンマルシェとして、園芸ワークショップを生産者が主体となって①ブルーベリーの冬の管理・剪定と植え替え体験（稲吉農園）、②タネダンゴ体験（NP法人グリーンアドバイザーあいち）、③ミディ胡蝶蘭の苔玉作り（有限会社アボウオーキッド）を実施。また、コンテナによるモデル花壇で新品种の展示紹介、鉢物類効用PR冊子の配布等も実施。



< 取組の成果 >

- ・ なばなの里の事前のPR宣伝活動（ポスター、チラシ、ホームページ、ラジオCM等）の中でも、園芸ワークショップが広く紹介された。
- ・ フラワー&マルシェの実施期間（10月22日（土）～22日（日）の2日間）の来場者数は18,500人であり、このうち、園芸ワークショップに参加した方々を対象にアンケート調査を実施（回収114名）
- ・ アンケート調査の集計結果は、以下のとおり

- ① ワークショップの参加の年齢構成では、63.2%が50歳代以下であり、家族での参加者も多かった。
- ② 住まいは、愛知県内48.3%、三重県内43.9%、その他16.7%と、広範囲の方々が参加された。
- ③ 各ワークショップへの評価は、大満足と満足を含めるとほぼ100%であり、非常に高く評価された。
- ④ 植物への関心は高まったかとの問には、93.0%が高まったと回答
- ⑤ 植物購入量・頻度が増えるかとの問には、78.1%が増えると思うと回答
- ⑥ コンテナガーデンのJFS受賞品種（青色のエルボブルス ブルーラグーンと赤色のゴンフレナ ラブラブラ）についても、長期間が鑑賞できること、可愛いこと、ガーデンに植えてみたい等の反響があった。

このように、集客力のある民間のテーマパーク等との連携活動は、従来の花き業界関係が主催した花イベントとは異なり、50歳代以下の家族連れ等が多く、PR活動の波及効果が極めて高いことが明らかになった。

また、鉢物類の生産者の方々は、園芸ワークショップ等を通じて、消費者の方々の生の声（生産している花き商品の評価や植物管理で困っていること等）を聞くことにより、今後の経営計画の参考、生産意欲の向上につながった。



< 今後の取組予定 >

愛知地区は、鉢物類の主生産地であるが、令和元年度から、名古屋市の中心市街地にある久屋大通庭園フリエにおけるモデル花壇の四季ごとの展示紹介や園芸ワークショップに取り組んできたが、令和4年度では、新たになばなの里の「多肉とみどりのマルシェ」と連携して大きな成果をあげた。今後は、より多くの消費者との接点を求めて、商業施設等とも連携して、LED照明を活用した屋内緑化の普及や企業オフィスにおけるネイチャーブレイクによる個人の鉢物類の新たな需要拡大を目指す。

国産花き生産流通強化推進協議会

協議会構成団体：北の純情倶楽部、J A 全農山形、静岡経済連、熊本経済連、J A 愛知みなみ、J A うご、東日本板橋花き、大田花き、世田谷花き、J F 兵庫県生花、鶴見花き、福岡花市場、木本生花、三和陸運、日比谷花農研機構、高知県農業技術センター、パークコーポレーション、M P S ジャパン

対象品目

切り花：キク、トルコギキョウ、カーネ、スカビオサ等
切り枝：ユーカリ、ミモザ等
鉢物・花壇苗：アジサイ、ベコニア、ペチュニア等



< 取組内容 >

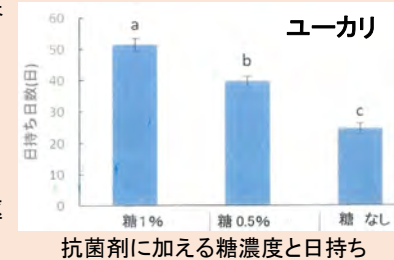
< 取組の成果 >

1 国と試験研究機関主導による全国レベルでの技術実証

産地から店頭までの花きの日持ち向上や更なる輸出拡大に向けて、各品目ごとに効果的な品質維持技術を確認するため、需要が拡大傾向である切り枝・切り花品目を対象として、品質保持剤等の使用方法や処理時期を検証するため実証試験を実施した。

品目ごとに適した出荷前処理、流通の後段階の後処理等において効果的な薬剤の選択や使用濃度、処理時期を明らかにした。

- ・グーニーユーカリでは、後処理で抗菌剤に1%の糖を加えることで日持ちが2倍程度(20→50日)延長した
- ・スカビオサでは複数品種でSTS剤とGLA剤を組み合わせることで単独使用よりも落花抑制、日持ち延長効果(7→20日)が高まった
- ・ベニバナでは、前処理と輸送中の処理、後処理の組み合わせで開花率(約50%→90%以上)及び日持ち(5→11日)が約2倍向上した。



2 国産花きの需要構造の変化に対応した

全国的な需要拡大の取組

・デジタル化による集出荷作業の効率化に向けて、昨年の実証結果を踏まえ改良したシステムを活用し、産地から市場段階での集荷データの伝達やQRコードを活用した市場等での商品管理作業について実証試験を実施し、システムの操作性等について検証した。

・花きの需要動向が急激に変化している中、消費者の花きの購入状況やニーズ等の動向、消費者の花き小売店利用の状況について調査を行うことで、最新の花き消費の状況を把握し、その成果をセミナーやウェブ等で情報発信することで、効果的な花きの消費拡大の取組に繋げていく。

・産地や市場での実証試験の結果、従来のFAX等による受発注といった非効率な集出荷作業について、改良したシステムを活用することでデータでの集出荷情報のやり取り、QRコードによる商品管理など作業のデジタル化による効率化が可能であることが確認できた。また、実証参加者からの聞き取りにより、操作性向上や農家の入力エラー防止のために必要な事項など実用化に向けた改善点を明らかにした。



【消費動向調査 2022年】

- ・花の購入率は一貫して減少傾向。過半数が購入していない。
- ・価格帯は、ギフト用は、3～5千円が増え、実購入者の45%。自宅用は、500円以下は減り、過半数が1000円以上となる。
- ・主要な購入経路は花店が73%、スーパーが33%だが、ネット販売(8→15%)、雑貨・カフェの複合店(3→6%)は倍の伸び。

【花店利用者調査 2022年】

- ・購入額は2710円。利用頻度は年に1～2回が過半数。
- ・日比谷、青フラはギフト、イオンは仏花が3割、ユニクロは自宅用7割。



< 今後の取組予定 >

物流2024年問題に対応すべく物流の効率化は重要課題で、情報の一元化など流通の合理化に引き続き取組んでいく。日持ち品質管理技術の開発は未知の品目もあり、消費者への訴求ポイントとして必須であり、物流との関連を含めて引き続き継続取り組んでいきたい。消費動向・花店利用者調査は課題抽出のために必須であり、物流問題を含めて引き続き取組んでいきたい。

国産花き需要拡大推進協議会 <https://homeuse-hana.jp/>

協議会構成団体：花き生産団体・卸売市場団体・仲卸団体・花きマーケティング専門団体・環境認証企業
花みどりの専門メディア、生活提案メディア、花き種苗会社・生産者・流通会社・販売会社 など
会員数 33会員、中央検討委員 27名、タスクメンバー 27名

対象品目

切り花：ホームユース用途
ギフト用途、ブライダル用途
鉢物：ホームユース用途



< 取組内容 >

1 国産花きの需要構造の変化に対応した全国的な需要拡大の取組

①花初心者向けホームユース需要拡大定着活動

花初心者ターゲットに「花のある暮らし」のきっかけづくりと「花店の利用体験」を促進するための花店主催による「#花のABCワークショップ」の開催と「フラワーパスポートによる再来店プログラム」の実証活動、及び、20～40代の働く女性をターゲットにライフスタイル系メディアとコラボし、Instagramによる投稿キャンペーンを通じた「花のある暮らし」のPR活動。

②若年層の新たなフラワーギフト需要創出活動

若年層（Z世代～30代前半）の新たなフラワーギフト需要創出のため、Z世代と祖父母関係性の変化を見据えた「敬老の日」の新たなプロモーション開発、及び、SDGsの浸透に伴う「国際女性デー」の花き業界内啓発と新たな花贈り定着のための活動。

③インドアプランツ需要定着活動

コロナ禍で増加したインドアグリーン需要の定着に向けて、店舗スタッフの植物を枯らさずに育てる知識・ノウハウ習得のための勉強会の開催とユーザーのQ&Aに的確に回答できるアドバイザーの育成、及び、室内に適した光順化植物の生産の検証と認証タグの検討。

④アフターコロナの新たなブライダル切り花需要創出活動

花と写真をメインテーマにした新しいフォトWサービス「花とフォト」のモニター撮影を通じて、ポストコロナ社会の需要構造の変化に対応した「新たなブライダルの切り花需要創出」の実証。

< 取組の成果 >

①花初心者向けホームユース需要拡大定着活動

全国75の花店で「花のABCワークショップ」を開催し、745名が参加した。「フラワーパスポート」による花の交換率は86.3%と昨年の63.2%を大きく上回った。今年度は、動画による「花の飾り方」の応用コンテンツを用意し、自宅での復習できる環境を整備した。参加者アンケートの回答では76.5%の方が、暮らしに花を取り入れ始めているとの回答を経ており、花初心者者の態度変容を確認できた。また、動画によるワークショップの運営マニュアルも整備し、参加花店の支援も強化した。

②若年層の新たなフラワーギフト需要創出活動

祖父母・孫の関係性やコミュニケーションの進化に着目、AIで短歌生成するツール「花と歌」を活用し、花に気持ちを込めて贈る体験を促した。Z世代を対象にワークショップを開催、新聞8件、Web媒体113件のメディア露出を獲得。若年層に新たな花贈りの機会を提供した。また、花き業界における「国際女性デー」の啓発と花贈りを喚起すべく、統一ビジュアルと「#幸せの黄色い花」のキーワードで全国の花店店頭とSNSでキャンペーンを展開、社会のSDGs意識の高まりと連動した。

③インドアプランツ需要定着活動

第2弾 育て方の冊子を5万部発刊、ホームセンターや住宅展示場で第1弾と合わせて約4万部を配布、勉強会の参加者は355名、アドバイザー登録の小売店は267店となる。Instagramのフォロワー数は昨年の583名から2245名まで増加。Instagramによる育て方の問い合わせへの回答数は235件、Youtubeによる育て方の動画コンテンツは11件となり、店舗スタッフのスキルアップ、消費者向けに育て方のコンテンツを拡充し、インドアグリーン需要の定着に取り組んだ。

④アフターコロナのブライダル切り花需要創出活動

モニター募集では、昨年より55組増の422組の応募があった。今年度は「#花とフォト」の運営基盤を確立すべく、顧客対応に特化したコンシェルジュデスクを創設し、一般の花店、フローリストによるモニター実証に取り組むとともに「花とフォト」公式Webサイトを立ち上げ、集客基盤の整備を行った。また、婚礼専門のSNS媒体で「花とフォト」の特集記事を配信し、認知向上に取り組んだ。



<https://homeuse-hana.jp/abc/>



<https://happywoman.online/event/hwf/hwf2023/hananokuni2023/>



<https://hajimetehanaya.jp/idg-abc/>



<https://hana-to-photos.com/>

< 今後の取組予定 >

- ①花初心者向けの体験コンテンツや花店への再来店プログラム、参加花店の展開支援ツールは充実してきており、今後は、地域協議会、花商組合や卸売市場等と連携して、全国の花店の展開率を高めていく。
- ②「国際女性デー」の花き業界のインナー啓発活動の強化に継続して取り組むとともに、若年層向けに異業種コラボレーションによる「幸せの黄色い花」需要の拡大に向けたプロモーションの基盤づくりに取り組む。
- ③【GREENS RESCUE】第3 制作・配信やInstagramでのQ&A活動の継続により、みどり好きユーザー向けコンテンツを拡充するとともに、勉強会の開催を通じて、みどり好きユーザーを支える人材を増強したい。
- ④「#花とフォト」の運営基盤（コンシェルジュデスク・花装飾の委託体制）と集客基盤（公式Webサイト）を整備するとともに、全国の主要エリアでのセミナー等の周知活動を通じて、参加花店の拡大に取り組む。

花き生産供給力強化協議会

<協議会構成団体>

一般社団法人 日本花き卸売市場協会、一般社団法人 全国花卸協会
一般社団法人 J F T D、国立研究開発法人 農業・食品産業技術総合研究機構
一般社団法人 日本花き生産協会

対象品目

カーネーション、
輪ぎく、スプレーマム、
チューリップ、鉢物



<取組内容>

1 国と試験研究機関主導による全国レベルでの技術実証

カーネーションの生産性向上のための生育環境制御技術の開発・実証 ①EOD-H：日没後昇温 ②EOD-C：日没後降温 ③CO₂：炭酸ガス施用 ④LED：波長の影響調査を行うことで、採花本数の増加及び切り花品質の向上を目指す。

2 国産花きの需要構造の変化に対応した全国的な需要拡大の取組

ア) 家庭や職場等日常生活での利用拡大・定着

①スプレーマムの需要拡大推進（メリークリスマス）および輪ぎくの新たなホテル向け需要拡大推進（カラーリングマム）⇒コロナ禍で業務需要（葬儀・仏花）が激減した輪ぎく・スプレーマムの新たな活用を提案し、彼岸・正月以外の物日が増えることを目指す。

②生産者による鉢花・観葉植物のPR動画制作およびチューリップの需要拡大推進（デジタルebook制作）⇒コロナの巣籠り需要で伸びている鉢花・観葉植物のアフターコロナに向けたリピーターの拡大およびホームユースを含めた花育の推進を目指す。

③シェアオフィス内でのイベントを活用した「企業人が花を贈り合う文化」の企画・実証を行い、若く新しい働き方を行う世代の花き普及を目指す。

④国産花きのPRサイトを構築し、生産のプロセスや生産者の想いをストーリーとして伝え、小売店・消費者に選んで買われる国産花きを目指す。

イ) 需要拡大を支える生産体制の構築及び流通の効率化

①輪ぎくにおける適応品種実証を行い、労働力不足、そして昨今の燃料高騰に対応すべく、冬の低コスト・省力管理のための新たな適応品種の開発を目指すと同時に流通コスト削減に向けた規格の検討を行う。

②生産者における出荷情報のデジタル化推進すること、事務コストの削減や電子データによる分析を行って経営分析・改善を目指す。

<取組の成果>

①3～5月の収量が13%増加した。既存施設でだけでも導入可能な基本技術であり、温度管理がカーネーション花芽分化、採花本数向上に効果が高いことがわかった為、同一の暖房コストで採花本数増加が見込める。②ヒートポンプにて冷房処理を実施したところ、年内収量が15%増加した。③1月以降のCO₂施用により、3～5月の収量が15%増加した。④秋期を中心に切り花の下垂度が5～10°改善し、品質向上効果が得られるとともに、切り花の採花本数が12～15%増加した。電球等の導入コストが下があれば産地への普及が広がることが期待できる。



LED照射による下垂度改善

ア) 家庭や職場等日常生活での利用拡大・定着

①ポスター等を作成してPR発信したところ、スプレーマムにおいてクリスマス用の注文を新たに2万本以上の受注を獲得出来た。また、輪ぎくの慶事需要への活用の為、花店・フラワーデザイナー・ブライダル関係者向け展示装飾事例の動画を作成・発信した結果、J Aを通じた販売数量は5.5万本の見通しとなり、3年ほどで4倍に迫る勢いで増えている。

③若い世代が利用するシェアオフィス等でSNSアクティブ層に「花を贈り合う」イベントを実施（東京2拠点）アンケートでは、花があることで「仕事・生活の質が向上する」「コミュニケーション効果がある」が9割以上を占めた。その結果、花を用いた企画・イベントの実施を望む声や普段のコミュニケーションにおける花の活用を行うという声が寄せられた。

イ) 需要拡大を支える生産体制の構築及び流通の効率化

①有用性の認められる品種を絞り込んだことで、加温温度15℃でも生育が可能な低温開花性品種により暖房コストの25%削減、芽無し性質を有する品種により側芽摘苗作業の20%以上労力削減が行えた。また、小売り・流通関係者へアンケートを実施し、必要な切り花形質および短莖規格の調査を行った結果107件より回答が得られ、出荷箱の統一規格に関する協議材料が揃った。

②クラウド販売管理システム『花くらうど』を構築し実証実験を行ったところ、スタッフ1～2人（1人あたり年間240時間・103万）程の事務コスト削減できた。また、販売先データの検索閲覧や編集を瞬時に共有できるようになった上、商品カタログなど営業面の効果も高く、コスト削減だけでなく、売上拡大へつながる大きな効果を出せた。

メリークリスマス
(スプレーマム)カラーリングマム
(輪ぎく)

輪ぎく低温開花性品種栽培



クラウド販売管理システム

<今後の取組予定>

- ・効果が確認された生産性向上技術をマニュアル化し、現場への普及に取り組む。母の日までの計画出荷を安定した体制とすべく、実証を引き続き行う。
- ・国産花きPRサイトを軸に、需要拡大等の取り組みを継続発信しつつ、掲載者や掲載内容の拡充も図る。
- ・クラウド販売管理システムを活用し、利用者への普及を行いながら経営の効率化を図る。

花き全国技術実証2022協議会

協議会構成団体：農研機構野菜花き研究部門、鹿児島県農業開発総合センター、秋田県農業試験場、富山県、長崎県農林技術開発センター、静岡県農林技術研究所、宮城県農業・園芸総合研究所、奈良県農業研究開発センター、高知県、宮崎県総合農業試験場、株式会社大田花き、クリザール・ジャパン株式会社

対象品目

切り花：
輪ぎく、小ぎく、スプレーマム、
トルコギキョウ、ダリア、リンドウ、ハボタン、
その他の切り花類



< 取組内容 >

1 国と試験研究機関主導による全国レベルでの技術実証

①【施設キク類効率計画生産技術実証】

需要者ニーズにあった供給体制構築のため、事前契約交渉を前提に施設輪ぎくの効率周年生産体系を実証

②【露地キク類効率計画生産技術実証】

夏秋コギク適正品種を用いた8月/9月特異需要期の露地電照計画生産、水田転換圃場での機械化一貫体系および補完品目としてコギクを導入した施設複合体系の実証に取り組む。

③【データ駆動型トルコギキョウ効率計画生産技術実証】

トルコギキョウを対象に閉鎖型育苗と薄膜水耕システムを核とする次世代型施設、および慣行型施設において、積算気温に基づいた生育予測発達速度の能動的制御による計画生産と適切な栽培環境管理による出荷率向上の実証に取り組む。

④【生育予測に基づく露地花き需給安定化技術実証】

沖永良部島のSPマム、テッポウユリを対象に地域の気象情報と品種特性の理解に基づく生育・開花予測モデルの開発とモデルを活用したオンデマンド出荷情報の提供による安定取引に取り組む。

⑤【化学農薬の使用低減に向けた防除体系の実証】

アザミウマ類を対象に赤色光照射、防虫ネットと光反射資材、害虫忌避剤等を活用し、新たな防除技術体系の実証に取り組む。

⑥【ダリア良日持ち性品種導入と産地リレー生産実証】

日持ち性に優れるダリア新品種エターニティシリーズの現地実証と産地リレーによる良日持ち性品種の長期出荷体系の実証

⑦【安定供給および輸出促進に資する低温保管技術実証】

産地と流通事業者の連携による安定供給体制の構築に資する低温保管技術実証に取り組む、需要者ニーズに応じた国産品の安定供給のできる出荷・流通体制の構築に取り組む。

< 取組の成果 >

①②③④⑤【花きの需給計画安定生産にかかる技術実証】

需要者ニーズに応じた国産品の安定供給のできる出荷・流通体制の構築に資することを示した。特に夏秋期露地小ギク生産において、需要期出荷率の向上と機械化一般体系に取り組み、需要期出荷率80%以上と開花斉一化による機械化一斉収穫を実証した。また、能動的日平均気温制御装置（AMTeC）を導入したトルコギキョウ3月出荷作型でのDVR制御実証（静岡県）において、慣行と比較して、単価10%向上、農業所得130%向上を達成した。

⑥【ダリア良日持ち性品種導入と産地リレー生産実証】

日持ち性に優れるダリア新品種エターニティシリーズ（2品種）をリリースし、これらの4産地リレーによる長期出荷（9-4月）を実証した。

⑦【安定供給および輸出促進に資する低温保管技術実証】

産地と流通事業者の連携による安定供給体制の構築に取り組み、需要者ニーズにあった供給体制の構築に低温保管技術が資することを実証した。特に年末需要期のハボタンにおいて、産地前処理と市場での低温保管を組み合わせてによって、葉の黄化・落葉を抑制でき、12日間の保管後も品質を維持できることを示した。



露地電照計画生産での
機械化一貫体系



良日持ち性ダリア
[エターニティシリーズ]
新花色・高輸送性
の追加2品種



開発モデルを活用した
オンデマンド出荷情報の
提供

< 今後の取組予定 >

- ・国際化に対応し得る効率安定生産システムの実証に取り組む、国産花き基幹品目「キク類・トルコギキョウ・その他切り花類（戦略品目）」の輸入品に対する競争力強化と国産シェア回復を目指す。
- ・品目ごとの検証を進め、実需者との連携強化を通じて低温保管技術を組み込んだ流通システム実証に取り組む、国産安心品質の切り花供給体制を構築を目指す。

次世代につなぐ日本の花文化推進協議会

協議会構成団体：一般社団法人日本花き生産協会、一般社団法人日本花き卸売市場協会、一般社団法人全国花卸協会、新潟県農林水産部食品・流通課、高知県農産物マーケティング戦略課、熊本県農林水産部生産経営局農産園芸課、一般社団法人花いけジャパンプロジェクト

対象品目

切り花：
開催地域の県産花き
切り枝：
開催地域の県産花き



< 取組内容 >

< 取組の成果 >

1 国産花きの需要構造の変化に対応した 全国的な需要拡大の取組

- 若い世代（具体的には高校生）を対象を絞った「全国高校生花いけバトル」地区ブロック大会（北海道、関東、上信越、近畿、四国、南九州の6地区）を実施。
- 装飾マニュアルとなる映像「日々の花いけ」を制作することにより、若い世代が親しみを持って花きを活用することができる新たなスタイルを提案。
- 花きへの興味関心を高め、若い世代が日常生活に於いて、自らの感性で花を装飾する新たなスタイルを生み出すことができる環境をつくりだすために、セミナー「花あそ部」を実施。



北海道大会 11/13実施



関東大会 6/19実施



上信越大会 6/19実施



セミナー「花あそ部」8月実施



近畿大会 10/2実施



四国大会 10/16実施



南九州大会 9/17実施



セミナー「花あそ部」8月実施



装飾マニュアル
映像「日々の花いけ」製作

- 事業を実施した各地域でテレビ（7社）、新聞等（42社）のメディアに取り上げられ、若い世代が花きへ関心を寄せる様子が広く発信された。
- 全国高校生花いけバトルの取組みに対しての認知度が高まり、各地域の花き生産者・市場・小売店の気運が高まり、活性化させることへと繋がった。
- 参加校の協力のもと、花きの活用頻度、花きの嗜好、消費に対する調査（アンケート）を実施。集計されたデータ（462名回答）は若年層の実需（消費者）の感覚を生産者、市場に反映させることへと繋がった。
- 参加者が地元県産花きへの興味関心を高め、地産地消される花きの活用に波及し、これら一連の取組はホームユースや日常生活での新たな装飾スタイル、若い世代のニーズに対応した利用スタイルの提案及び普及・定着に繋がった。

< 今後の取組予定 >

- 令和5年度に於いても「全国高校生花いけバトル」の地区ブロック大会を実施。若い世代に対する花きへの興味関心を喚起させる取組みを持続的に行うことができる方策を探りながら展開。
- セミナー「花あそ部」の取組みについても、継続的に実施。