

## 清流の国ぎふ花き戦略会議（岐阜県）

協議会構成団体： 岐阜県、岐阜県教育委員会、岐阜大学、岐阜花き流通センター農業協同組合、岐阜県園芸特産振興会、全国農業協同組合連合会岐阜県本部、岐阜生花市場協同組合、花キュービット岐阜支部、岐阜園芸商組合、岐阜県花商組合、岐阜県グリーンサービス協同組合、（公社）日本フラワーデザイナー協会岐阜県支部、（一社）日本ハングングバスケット協会岐阜県支部、（一社）寄せ植え華道協会、（特非）岐阜県園芸福祉協会、岐阜県華道連盟

## 戦略品目

切り花：フランネルフラワー

### < 取組内容 >

#### 1 生産供給体制の強化

- ・ フランネルフラワー栽培温室において微細霧冷房加湿システムを導入して夏季の異常高温を抑制して切花品質の向上を図る。
- ・ 併せてハウス内のモニタリング装置を設置し、温室内環境の見える化を行う。

#### 2 需要の拡大

- ・ 県内の小中学校40校程度を対象に、種まき管理からフラワーアレンジメントなどの実習を通じた生徒らの情操教育につなげるための、花育出前教室を開催する。
- ・ 花き文化団体を講師として指導を行い、フランネルフラワーをはじめとした県産花きの紹介を行う。

- ・ 県産花きのPRを目的としたイベント会場において戦略品目を用いた花飾りを展示し、広くPRを行う。
- ・ 県庁舎をはじめ、多くの県民が訪れる県関係施設においてフラワーアレンジメントを設置し、戦略品目並びに県産花きのPRを行う。

### < 取組の成果 >

- ・ 微細霧冷房加湿装置の稼働により、夏季の高温時に7～9℃の降温効果が認められるとともに、湿度も60%以上で維持されていた。
- ・ モニタリング装置の設置により、遠隔地からハウス内環境を把握し、適切な管理につなげることができた。
- ・ 切花の生育においては1か月で2～10%程度の草丈の伸長が認められた。



微細霧冷房装置

- ・ 県内小中学校、特別支援学校を対象に、8月～2月にかけて種まきやフラワーアレンジメント制作体験を行った。講師は花き文化団体が務め、46校、のべ2,503名の児童生徒が体験した。
- ・ 終了後、参加校へ体験に関するアンケートを行ったところ、97.3%の学校が体験に「満足」「ほぼ満足」と回答した。また、14.2%の保護者が「花を購入する機会が増えた」と回答した。



フラワーアレンジメント体験の様子

- ・ 令和元年10月5日、6日に開催した「ぎふフラワーフェスティバル2019」において県オリジナル品目であるフランネルフラワーの展示ブースを設置し、来場者へPRを行った（イベント来場者2日間合計2,493人）。
- ・ 県庁など16か所の県有施設において戦略品目を用いたフラワーアレンジメントを展示し、県民や施設利用者に広くPRを行った。



県庁舎のフラワーアレンジメント展示

### < 今後の取組予定 >

- ・ 微細霧冷房については稼働を継続し、引き続き夏季の品質向上や収量に関する検討を行う。
- ・ 戦略品目を幅広い世代にPRするため、花育活動やイベントでのPRを引き続き実施していく。

## 愛知県花きイノベーション地域協議会（愛知県）

協議会構成団体：愛知県、豊橋市、豊川市、田原市、愛知県花き温室園芸組合連合会、愛知県経済農業協同組合連合会、愛知県名港花き卸売事業協同組合、（一社）愛知県花き市場組合、愛知県豊明花き流通協同組合、三河生花協同組合、（株）岡崎花き卸売市場、名古屋生花小売商業協同組合、愛知園芸商組合、（公社）日本フラワーデザイナー協会愛知県支部、日本ハンギングバスケット協会愛知県支部、中日いけばな協会、フリエみらい花フェスタ実行委員会、特定非営利法人花文化を無形文化遺産に推める会

## 戦略品目

切り花：キク、バラ、カーネーション  
鉢物：アジサイ

### < 取組内容 >

#### 1 生産供給体制の強化

- 「かがり弁ギク」は珍しい花弁を持つ新品種であり、アレンジメント等での新たな需要が期待できる。
- 「かがり弁ギク」の出荷期間は11～5月であるが、ヒートポンプの夜間冷房等を活用して出荷期間を拡大し、安定供給を図る（白と黄で試験実施）。

#### 2 流通の効率化・高度化

- 「かがり弁ギク」はキクの新たな需要を期待できる新品種であり、高単価で取引されている。
- 協議会は「かがり弁ギク」の価値を一層高めるため、ブランド化を進めている。
- 「かがり弁ギク」の価値を高めるため、適切な出荷規格や高付加価値化の方法について調査する。

#### 3 需要の拡大

- 日本庭園と連携し、戦略品目の県産花きをふんだんに使用したディスプレイの設置や和風家屋の装飾を行う。
- 幅広い年齢層へ飾り方を提案し、需要の創出を目指す。

### < 取組の成果 >

- 「かがり弁ギク白」は高温期において、夜温23℃（昼温の影響は受けない）に保つことで、9～10月の出荷が可能となる。
- 「かがり弁ギク黄」は白色に比べて温度に対する影響を受けやすく、消灯後に昼温30℃、夜温20℃を保つことで、9～10月の出荷が可能となる。
- ヒートポンプの夜間冷房等を活用することで、9～10月に安定出荷することができ、出荷期間を拡大できることが実証できた。



出荷期拡大試験中の状況

- 「かがり弁ギク」の新たな出荷規格（推奨）を策定した。
  - ① 収穫は5分咲きが適期
  - ② 花を保護するため、スリーブ、ネット（細）、和紙を使用
  - ③ 出荷箱1箱当たりの本数は30本
  - ④ 輸送方式は縦箱湿式と横箱湿式のどちらでも構わない
  - ⑤ 関係者の品種に対する理解を深めるため、出荷箱に「品種情報」を記載するとよい。



「かがり弁ギク」の出荷規格

- 中部地方最大級の規模を誇る日本庭園（「白鳥庭園」）と連携し、県産花きをふんだんに使用したディスプレイを設置した。
- 和風家屋の茶室内も装飾することで、消費者へ日常における飾り方を提案した。
- 新品種「かがり弁ギク」も使用し、認知度の向上を図った。
- 3日間で313名の観覧があり、消費者へPRすることができた。



茶室内の装飾展示

### < 今後の取組予定 >

- 新品種の耐暑性に優れた無側枝性輪ギクの出荷期間も拡大し、芽かき等の作業時間を軽減することで、省力化を図る。
- 一般的なキク類における需給ギャップの解消を図るため、需給予測分析を行い、解決策を策定する。

## 花の国づくり三重県協議会（三重県）

協議会構成団体：三重県花植木振興会、全国農業協同組合連合会三重県本部、(株)伊勢生花地方卸売市場、三重県花商組合連合会（一社）JFTD58三重支部、三重県イノブアグリ協会、日本フラワーデザイナー協会三重県支部、日本ハンギングバスケット協会三重県支部、三重県ボランティア連絡協議会、(公社)三重県観光連盟、三重県園芸福祉ネットワーク、三重テレビ放送株式会社、株式会社伊勢新聞社、三重県市長会、三重県町村会、三重県

### 戦略品目

切り花：バラ、ガーベラ  
鉢もの：シクラメン  
花木類：サツキ、ツツジ

### < 取組内容 >

#### 1 生産供給体制の強化

- ・シクラメン：赤色防虫ネットによるアザミウマ防除
- ・バラ：ヒートポンプを活用した夜間冷房による品質向上の実証
- ・ガーベラ：炭酸ガス施用による秀品率・多収効果の実証
- ・サツキ：斑点病に対する新しい防除体系の実証
- ・ツツジ：褐斑病に対する新しい防除体系の実証

#### 2 流通の効率化・高度化

- ・ガーベラにおいて抗菌剤を活用した品質向上技術の実証を行い、日持ち性向上効果について調査する。

#### 3 需要の拡大

- ・小中学生を対象に、戦略品目の県産花きを用いた花育体験を実施し、将来の消費者となり得る年代に花の良さを伝えるとともに、その保護者等に対しても県産花きを印象づけることで、新規需要の創出を目指す。
- ・他部門と連携し、これまで花に関心のなかった消費者を呼び込むイベントを開催することにより、新たな消費者の獲得につなげるとともに、県産花きの需要拡大を図る。

### < 取組の成果 >

- ・実証試験を行った期間中、実証区において約1ヶ月程度、侵入抑制効果が確認された。
- ・高性能ヒートポンプの導入により、従来のヒートポンプと比較して効果的な夜温の低下が実証され、秀品率と収量の増加が確認された。
- ・炭酸ガスの施用により、20%の収量増加と、10%の2L率向上が実証された。
- ・定期的な予防防除がもたらす褐斑病の抑制効果が確認された。

- ・前処理の実施により、品種間で若干の差異が生じたものの、筒状花の開花が1週間程度抑制され、日持ち性向上効果が確認された。

- ・合計622名の児童生徒が花育体験を行い、参加した児童生徒の家族を含めたアンケート結果より、41%が以前に比べ花に興味を持つようになり、58%が花を購入する機会が増えたことがわかった。
- ・イベントには5,521名が来場。アンケート結果より、イベントによって花への興味が高まり、購入頻度も高まったことがわかった。
- ・イベントを開催した地域の生花店へのアンケート結果より、アンケートに回答した6件のうち3件で、イベントを開催した同月の売上が増加したことがわかった。



イベント会場における花育の様子

### < 今後の取組予定 >

- ・ガーベラのさらなる品質向上を目指し、防虫ネットによるハモグリバエ類の侵入抑制効果について検証し、抗菌剤を使用した流通体系における日持ち性向上の効果確認を行う。
- ・さらなる消費者獲得に向け、小中学校等を対象に戦略品目を使った花育活動に取り組み、県産花きのPRと消費拡大につなげる。
- ・県内で消費拡大イベントを実施し、花に関心を持たない消費者の来場を促すことで、新たな需要の創出を図る。