

6. 花きの消費

(2) 花きの需要拡大への取組

- 花きの文化の振興を図るためには、
 - 公共施設やまちづくり、社会福祉施設等の花きの効用が発揮できる施設等における花きの活用
 - 児童、生徒等に対する花きを活用した教育(花育)や地域における花きを活用したイベント等の推進
 - 日常生活における花きの活用の促進、花きに関する伝統の継承、花きの新たな文化の創出等に取り組んでいくことが必要。

公共施設やまちづくりにおける花きの活用

- オフィス等の室内緑化
- 駅や空港を緑化
- 花とみどりのまちづくり



教育及び地域における花きの活用

- 地域における花育活動を推進
- 各県フラワーフェスティバルの開催



花きの効用の普及

- 社会福祉施設等における癒やし効果の活用



花きに関する伝統の継承



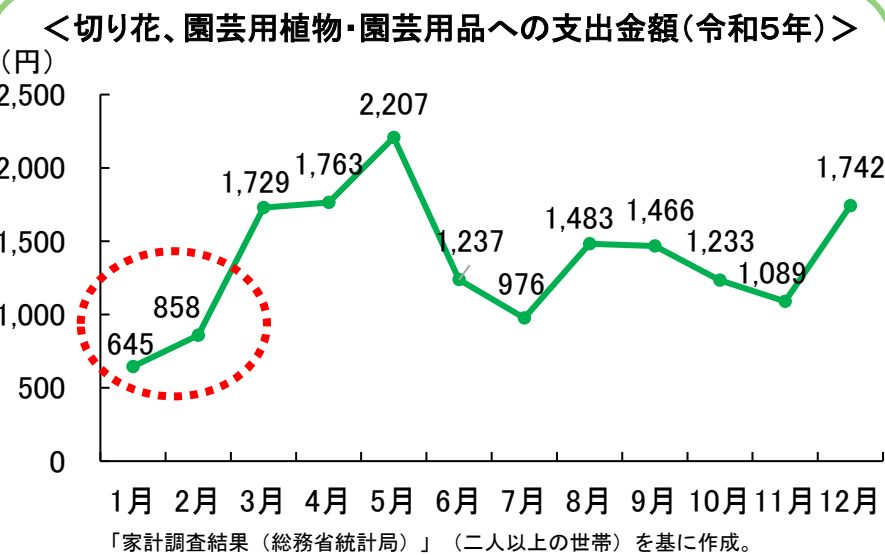
花きの新たな文化の創出



6. 花きの消費

(3) 花きの需要創出に向けた取組 ～花き業界における取組①～

- フラワーバレンタインや「Flower Biz」、「Flower Friday」、「WEEKEND FLOWER」などの取組により新しい需要を創出。
- フラワーバレンタインの取組により、バレンタインデーの男性の花購入率は2013年の1.2%から、2024年は9.7%に増加（花の国日本協議会「フラワーバレンタイン2024年度活動報告書」）。



月毎の支出金額が少ない1～2月に新しい需要を創出するため、2011年よりフラワーバレンタイン等の取組を実施

くらしの中に花を取り入れましょう！

月	主なイベント
1月	愛妻の日(1/31)
2月	フラワーバレンタイン(2/14)
3月	国際女性デー(3/8) ホワイトデー(3/14)
4月	
5月	母の日(第2日曜日) 母の月
6月	父の日(第3日曜日)
7月	
8月	
9月	
10月	
11月	いい夫婦の日(11/22)
12月	

「5月は母の月」、
「6月の第3日曜日は父の日。」
をキャッチフレーズとして、
お父さん、お母さんに
花やグリーンを贈る取組を推進

6. 花きの消費

(3) 花きの需要創出に向けた取組 ～花き業界における取組②～

- (一社)花の国日本協議会は、国連が制定している3月8日の「国際女性デー」を日本の新たな文化として定着させるべく、2017年より『国際女性デー HAPPY WOMAN FESTA』として、プロモーション活動を開始。
- コロナをきっかけに、定額で一定期間・定期的にお花を購入することができるサービス「花のサブスクリプション」市場は急速に拡大。実店舗で花を受け取るサブスクを展開する花店は集客アップにつながっている。

国際女性デー(3/8)

・イタリアの風習から、国際女性デーの象徴的な存在である「ミモザ」の花に代表される黄色い花を販売することで、まだまだ日本国内では認知が低い「国際女性デー」の認知拡大、啓発を図る取組み。



一般社団法人花の国日本協議会HPより

花のサブスクリプション

- ・コロナを契機に、花のサブスクの利用者が急増。サブスクをきっかけに集客アップにつながる、従来花を飾っていなかった層にも花飾りが浸透するといった効果が実感されており、花きの消費拡大に貢献。
- ・日本初の花の定期便サービス「bloomee(ブルーミー)」を運営するユーザーライク株式会社は、長さ・曲がりに難がある花の活用や、需要期に依存しない形での安定取引により、フラワーロスの削減に貢献したとして、2022年、日本スタートアップ大賞のうち農業スタートアップ賞を受賞。



ユーザーライク株式会社HPより

6. 花きの消費

(3) 花きの需要創出に向けた取組 ～農林水産省における取組～

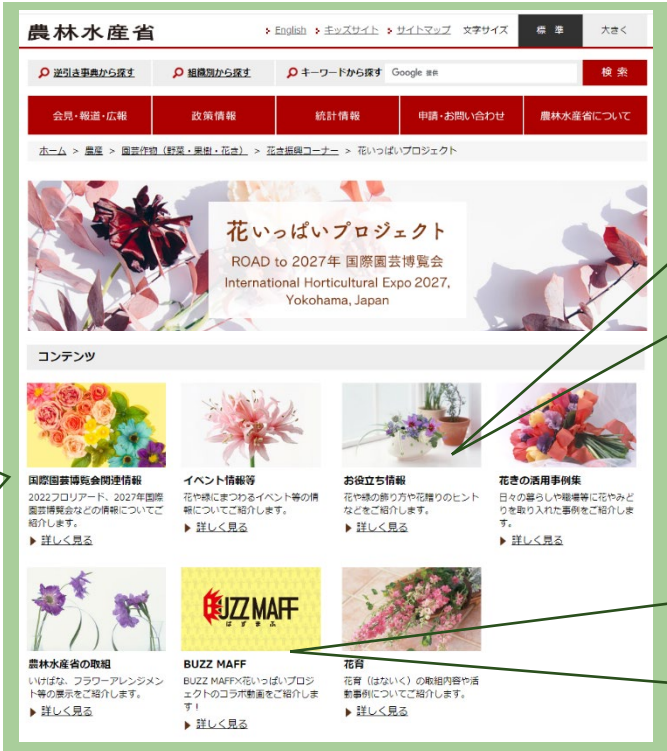
- 農林水産省は、新型コロナウイルスの影響で需要が減少している花きの消費拡大を図るため、令和2年3月から家庭や職場に花を飾って楽しむ「花いっぱいプロジェクト」を実施。
- 令和4年1月から、「花いっぱいプロジェクト ROAD to 2027年 国際園芸博覧会 International Horticultural Expo 2027,Yokohama,Japan」として取組や特設サイトをリニューアル。
- 花きの暮らしへの取り入れ方等を紹介したお役立ち情報や、2027年(令和9年)に横浜市で開催予定の国際園芸博覧会の開催に向けた機運を高める活動等を特設サイトや農林水産省公式YouTubeチャンネル「BUZZ MAFF」を通じて発信。

<国際園芸博覧会関連情報>



2027年国際園芸博覧会 公式ロゴマーク
(公益社団法人2027年国際園芸博覧会協会)

<特設サイト>



<お役立ち情報>



花のABC



「#花のABC-はじめて花屋」(日本花き振興協議会)

<BUZZ MAFF>



農林水産省公式YouTubeチャンネルBUZZ MAFF「花いっぱいプロジェクトチーム」

6. 花きの消費

(4) 花きの効用

花と緑のちから

★ストレス軽減効果

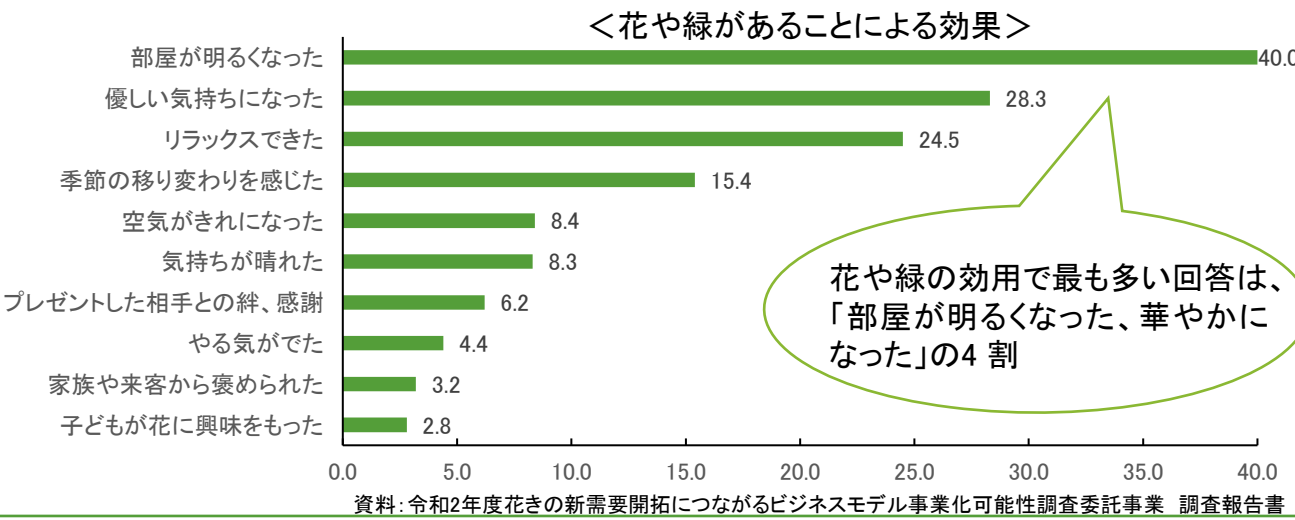
花や観葉植物を飾ることで心と体をリラックス

★認知機能の改善効果

フラワーアレンジ活動を通して、
視空間認知能力や記憶力の向上効果

★社会性向上効果

人との会話が増え、コミュニケーションが増加



Biophilia(バイオフィリア)

ハーバード大学のウイルソン教授らによって提唱された「人は生まれつき自然や動物、植物との結びつきを好む(求める)」という考え方。「バイオ」は生命、「フィリア」は愛情の意味。
コロナ禍では、今まで植物と無縁だった人の中にも、家に花を飾ったり、植物を育てる人が増えたように、社会的規模で人に大きくストレスがかかるときにバイオフィリアが表れ、ストレス軽減に寄与したと考えられている。

＜植物の健康増進効果＞

- ❁ CO₂やO₃(オゾン)の吸収とO₂の供給
- ❁ 室内の温度・湿度の調整(夏は涼しく、冬は暖かく)
- ❁ 気分転換、目や肩の緊張緩和、ストレス回復など心の癒し
- ❁ 血圧・血糖値低下、睡眠促進、免疫力向上といった健康増進
- ❁ 仕事の能率や生産性の向上
- ❁ ガーデニングなどの植物の手入れに伴う運動機会の創出



資料: 全国鉢物類振興プロジェクト協議会発行
「あなたがまだ知らないすごい植物のちから」
「こんなときこそすごい植物の癒しの力を」

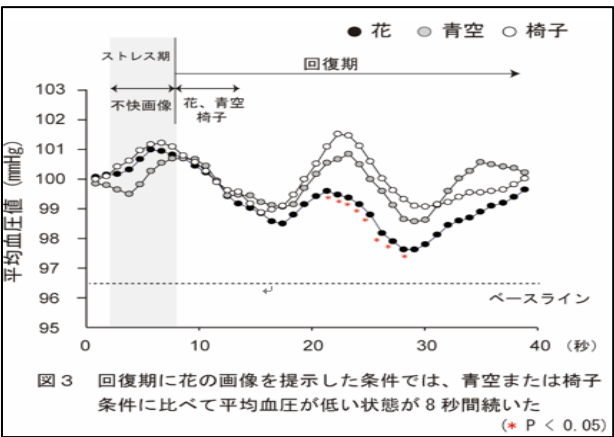
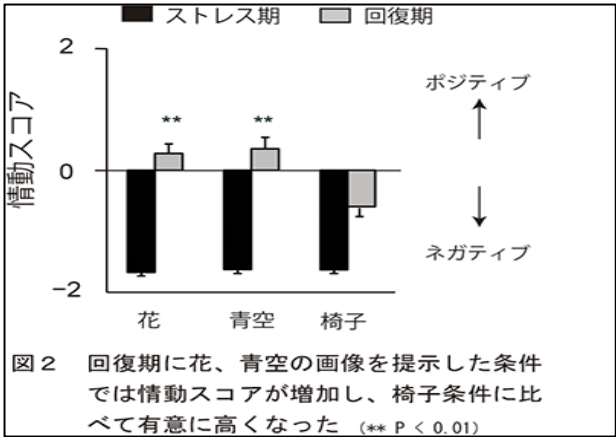
6. 花きの消費

(4) 花きの効用

○ 花の鑑賞が、脳の活動に影響を与え、心理的、生理的に生じたストレス反応を緩和。

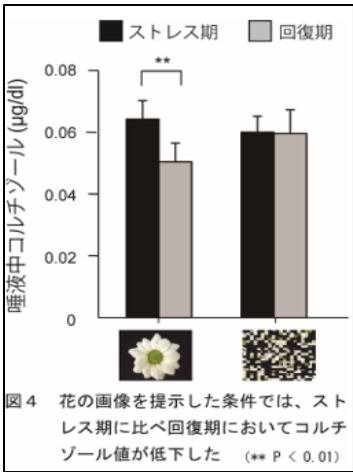
花の画像は青空や椅子の画像よりもストレス軽減に有効である

実験参加者35名(平均年齢24.4歳)を対象に、ストレス期に不快画像(例:事故画像、ヘビ、虫など)を6秒間提示した後、花、青空(自然で心地よい)または椅子(人工的で中立的)の画像を6秒間提示して26秒間安静にする(回復期)試験を各10回ずつ、計30回繰り返して血圧の変化を記録。

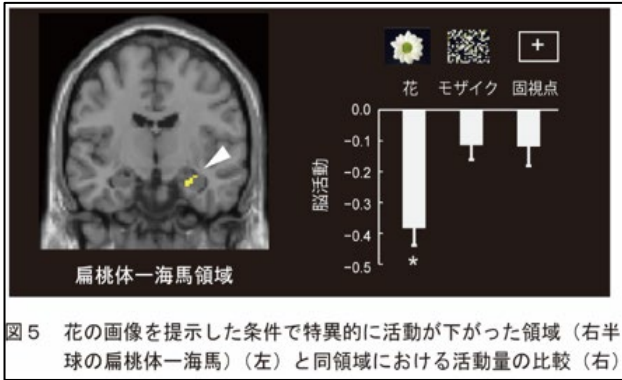


花の画像はストレスホルモン(コルチゾール)を下げる

実験参加者32名(平均年齢21.6歳)に対して、不快画像を4分間提示(ストレス期)した後、花の画像もしくは花のモザイク画像を8分間提示し(回復期)、唾液中コルチゾール値を比較。



花の画像は不快な記憶の想起やネガティブな情動の生起を抑制する



実験参加者17名(平均年齢25.5歳)を対象に、不快画像の後に花または花以外の画像(花のモザイク、固視点)を見ている時の脳活動をfMRIによって計測したところ、花条件では花以外の条件に比べて右半球の扁桃体から海馬に至る領域で活動の低下を認めた。

6. 花きの消費

(4) 花きの効用

○ 花きの効用を活用するため、病院内へ緑化空間を設けたり、社会福祉施設での活動として取り入れているところもあり、患者からの評判も上々。

病院における花きを活用した取組

- ＜効果＞
- ・ストレス軽減、リラックス効果、楽しみ
 - ・入院者同士のコミュニケーションのきっかけ
 - ・病院の雰囲気改善、室内環境の改善



院内の120箇所には花を
装飾
週1回の「お花クラブ」
の開催



エントランスに、4
階まで吹き抜けの
緑化空間を設置

社会福祉施設における花きを活用した取組

- ＜効果＞
- ・ストレス軽減、リラックス効果、楽しみ
 - ・入居者同士のコミュニケーションのきっかけ
 - ・認知機能の改善



寄せ植え体験

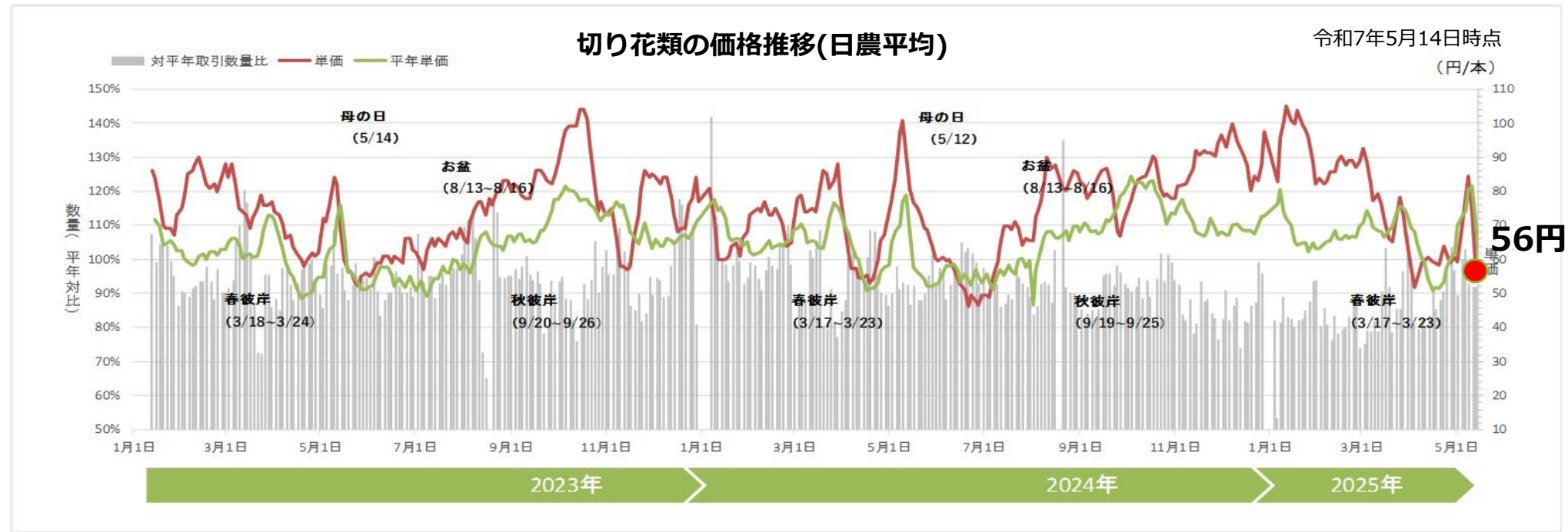


アレンジメント
制作

7. 価格動向について

(1) 切り花の市場取扱数量・金額の動向

- 令和5年（2023年）は新型コロナの5類感染症への移行（5/8～）による経済活動の再開により需要は拡大、価格は上昇傾向で推移。また夏場からの気温上昇、特に9月に猛暑日が発生したことが秋冬品目の生育に大きく影響し、10月に相場が高騰。平均価格は平年より20%高い水準。
- 令和6年（2024年）は長雨や夏場の猛暑などの天候不順が多く発生し、それに起因する出荷量の減少や出荷時期のズレによる需要に合致しない取引が増加。前年に続き平均価格は高値（平年比△13%）で推移しており、その要因は取引数量の減少（平年比▲8%）に因るところが大きく、価格推移の乱高下も顕著。
- 令和7年（2025年）の始まりは前年の秋口の長雨と高温、冬場の全国的な厳寒などの長引く天候不順の影響により、取引数量は平年より20%低い水準で推移。取引数量の減少に加え、近年の「成人の日」や「バレンタインデー」での花の需要増加により、平均価格は90円超と稀に見る高値を記録。3月以降は入荷量が回復し、相場も平年並みまで低下。母の日期间においても取引数量と価格は平年並みで推移。



資料：日本農業新聞調べ（日農INDEX：各地区大手7卸のデータ）。 平年単価及び数量は、当年を基準として遡ること5年間の平均値。