平成１９年度　　農林水産省
農業競争力強化対策推進事業

花きの産地表示のあり方、浸透の仕方についての報告書

平成２０年３月

財団法人日本花普及センター

目　　次

はじめに・・・

はじめに

花き小売店における消費者からの花きについての要望は多様化しているが、食品でないという商品特性も影響し、花きの産地について、一般消費者の関心は低いように思われる。一方、花きの需要拡大のためには、産地の差別化・ブランド化に向けた生産・販売が重要との考えから、財団法人日本花普及センターでは、その具体的方策の一環として、農林水産省の補助事業を受け、生産サイドと小売サイドの連携促進強化のための交流大会を開催するなどの取り組みを行っているところである。

今後、産地のブランド化を一層進めていくためのアイデアの一つとして、花きの小売段階において産地を表示することにより、消費者が商品を選ぶ際の指標の一つとして「産地」が定着すれば、産地のブランド化の有効な手段と成り得ると考えられるが、そのためには、最終消費者が切り花等の産地に関心をもってもらうことが必要であり、その観点からも、販売段階で産地を含む消費者向けの情報表示について取り組むことが求められる。

このため、財団法人日本花普及センターは、農林水産省の平成１９年度農業競争力強化対策民間団体事業により、関係者の理解と協力を得て、花きの産地表示に関する検討委員会を開催し、産地表示のあり方、浸透の仕方について、販売業者だけでなく花き業界全体で産地の表示に取り組めるようなものにするとの観点から検討を行った。今後、この報告書を参考にして、花き業界全体が産地表示に積極的に取り組み、産地のブランド化につながることを強く望むものである

１．本報告書の構成

本報告書では、「２．産地表示の必要性・有効性」において、他の農林水産物等の産地表示の現状や花きにおける産地表示の現状を分析するとともに、花きにおける産地表示の必要性・有効性について分析した。また、産地表示をした場合のメリットについて考え得るものを提示した。

「３．表示の内容・方法」では、花きで産地表示を行う場合、必要最小限統一した方が良い事項及び産地以外の情報の取扱いについて、ガイドラインとして取りまとめた。また、表示するに当たって、留意すべき点について、ガイドラインとして取りまとめた。

「４．表示例」では、実際に産地表示が行われている例などを参考にしながら、小売店が手軽に表示できるかという視点及び消費者に関心を持ってもらえるかという視点から、表示のアイデア等をいくつか提案した。

「５．産地表示の浸透のための方策」では、今後、産地表示をどのように浸透していくか、どのように６のガイドラインを普及していくかについて、提言を取りまとめた。

「６．花きにおける産地表示のガイドライン」では、３のガイドライン部分のみを再掲した。

２．産地表示の必要性・有効性

(1)　背景

生鮮食品については、急激な輸入野菜の増加、あるいは産地の多様化から消費者から原産地表示を求める声が強くなってきたこと、生産者サイドにおいても、自らの生産物の産地をはっきりさせるために表示の充実を求める要請が強まってきたきたこと等により、平成８年にＪＡＳ法に基づき、青果物５品目について品質表示基準が定められて原産地の表示が義務付けられ（平成１０年に４品目追加)、平成１１年のＪＡＳ法改正により、翌年から一般消費者向けに販売されるすべての生鮮食品に原産地表示が義務付けられた。

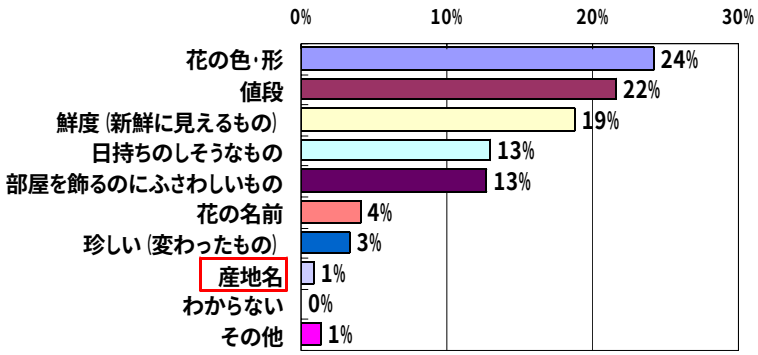
また、産地表示が義務付けられていない外食や豆腐・納豆の原料大豆等についても、それぞれの原産地表示に関するガイドラインが平成１７ ～１８年に策定された。

一方、花きについては、一般消費者は、花きを購入する際、産地より形・色等を商品選択の目安としており、産地への関心は食品に比べて低い（図－１)。また、小売店では、一部を除いて産地表示がほとんどされて

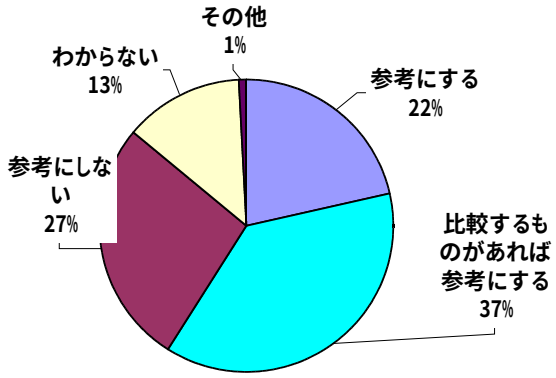
いない状況にある。

しかし、アンケートでは、消費者は、産地表示があれば商品選択の参考にする人は２割、比較するものがあれば参考にするも含めれば、６割が程度の差はあれ参考にするとなっている（図－２）。

【アンケート結果】



図－１【花きを購入する場合、どういうところを見て買うか（消費者のみ）。】



図－２【花きを購入するとしたら、産地表示を商品選択の参考にするか。（消費者のみ）】

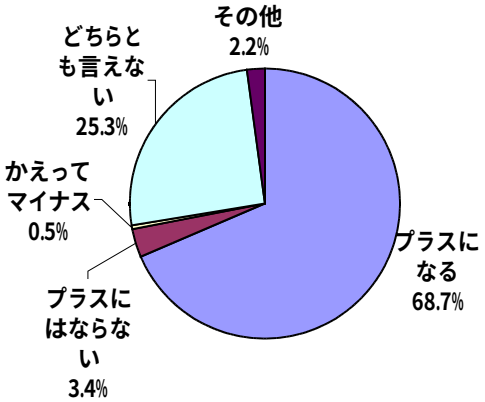
(2)　産地表示の有効性

【主な論点】

○　あくまで産地のブランド化の手段と考えるのであれば、全商品に表示する必要はなく、産地のＰＲのため、又は小売店の企画商品のために利用してはどうか。

【アンケート結果】

○　花き業界では、回答者の７割が、産地表示はブランド化にプラスになると回答（図－３）



図－３【産地のブランド化を進めていくためのアイデアの１つとして、産地表示はブランド化にプラスになると思うか。（花き業界のみ）】

【検討会での意見等】

・全部にラベルを付ける必要はなく、購入した花きの産地がわかればよい。

・花は、種類、品種が多く、全てに表示することは困難。メインになるもの、自信を持って売るものについて表示することとしてはどうか。

【分析結果】

○ 花きの産地表示については、花き産地の差別化・ブランド化及び花き商品への関心や購買意欲を高める手段として有効である。

○ この場合、必ずしも全商品に表示する必要はなく、産地のＰＲのため、又は小売段階における企画商品（おすすめ商品やこだわり商品）の販売促進のために活用することが有効である。

(3)　産地表示のメリット

【主な論点】

○ 産地表示すれば、どのようなメリットがあるのか。

【メリット（考えられるもの）】

○　産地のブランド化に繋がる。

○　生産者のこだわりを伝えることができる。

○　産地や時期によって違い（品質、価格等）があることが消費者に伝わる。

○　消費者にとっては、商品選択の判断材料にもなる。
○　小売店と消費者のコミュニケーションに繋がる。
○　消費者が自分の出身地の花、地元の花等といったことで親しみを持つようになり、リピーターが増えてくる。
○　産地名や生産者名を表示することによって、対象商品の保証（責任）を果たすようになってくる。
○　産地等を話題とした親子のコミュニケーションや子供の情操教育等にも繋がる。

３．表示の内容・方法（ガイドライン）

(1)　産地の定義

【主な論点】

○ 生産された花きのどの場所を産地とするのか。

・花きの産地は、原則として市場等へ出荷（ただし、生産者への出荷を含まない。）される直前まで栽培された圃場の所在する場所としてはどうか。

・具体的には、

・苗等（種子、挿し木も含む。）を購入して切り花（葉もの、枝ものも含む。以下「切り花」とする。）や鉢物等（花壇苗、球根類も含む。以下「鉢物等」とする。）として生産された場合、花きの産地は、苗等が生産されたところではなく、切り花や鉢物等として出荷されるまで栽培された圃場の所在する場所を産地とする。

※　参　考

「原産地」：①動植物の初めの棲息地　②品物の生産地

「産　地」：①物品を産出する土地。②出生地（広辞苑より）

【検討会での意見等】

・ラン類等では、苗等としての栽培期間が長く、最終商品として仕上げをされた圃場の期間よりも苗等として栽培された圃場の期間の方が長い場合があるが、最終商品としての仕上げをされた圃場を産地としてはどうか。

【ガイドライン】

○　苗等（種子、挿し木も含む）を購入して切り花（葉もの、枝ものも含む。以下「切り花」とする。）や鉢物等（花壇苗、球根類も含む。以下「鉢物等」とする。）として生産した場合、花きの産地は、原則として市場、小売店等へ出荷・販売（ただし、生産者への出荷を含まない。）される直前まで栽培された圃場の所在する場所とする。

○　なお、ラン類等では、苗等としての栽培期間が長く、最終商品として仕上げをされた圃場の期間よりも苗等として栽培された圃場の期間の方が 長い場合もあるが、産地としては、最終商品としての仕上げをされた圃場が所在する場所とする。

(2)　産地の名称

①　国産花きの場合

【主な論点】

○　国産花きの場合、表示する産地の名称の範囲をどのようにするか。

〔切り花〕

・国産花きの場合の産地の名称は、都道府県名を基本とし、市町村名、地域名まで表示するかは、小売店の判断に任せてよいのではないか。

・ただし、花きの産地名が一般に知られている地名である場合は、都道府県名を省略することができるとしてはどうか。

・一般に知られている地名は、

・郡名

・一般に知られている旧国名（例：丹波、土佐等）

・一般に知られている旧国名の別称（例：信州、甲州等）

・その他一般に知られている地名（例：房総、屋久島等）

等が考えられるが、この範囲でよいのではないか。

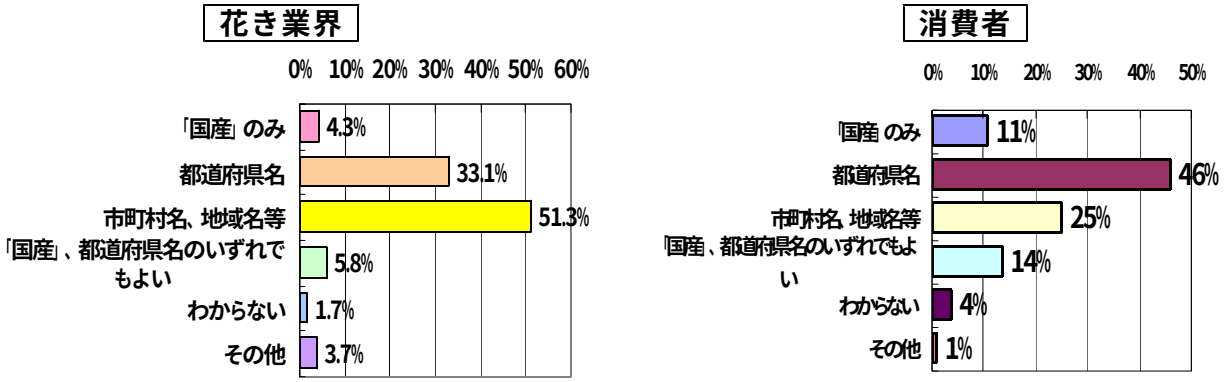
〔鉢物等〕

・原則として、切り花と同様としてもよいのではないか。

・また、生産者等が作った産地等を表示したラベル等もかなり見られることから、このようなラベル等も可としてはどうか。

【アンケート結果】

・花き業界では、市町村名、地域名。消費者は、都道府県名との回答が最も多い。（図－４）



図－４　【国産花きの場合、表示すべき産地の名称をどこまで具体的にすべきと思うか。】

【検討会での意見等】

・花きの場合、生産者によって同じ品目・品種でも、栽培・管理方法等が異なり、品質等にも差がある。

・産地内でも品質が違うようであれば、生産者名まで表示すればよい。

・鉢物の場合、生産者が最終商品として出荷・販売しており、現在では、一定品質の商品には、ほとんど生産者がラベルを付けている。

【ガイドライン】

○　国産花きの場合の産地の名称は、都道府県名と可能な限り産地名（最終商品として仕上げをされた圃場の所在する場所の地名、生産組織名、農場名、生産者名等)を明記する。

②　外国産花きの場合

【主な論点】

○　外国産花きの場合、表示する産地の名称の範囲をどのようにするか。

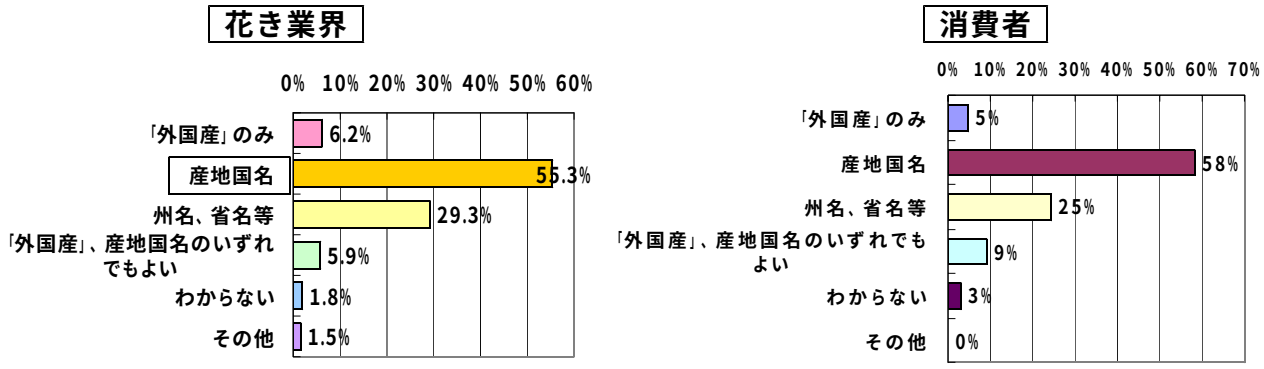
〔切り花・鉢物等共通〕

・外国産花きの場合の産地の名称は、産地国名を基本とし、より具体的な名称（州名、省名等）の表示は、小売店の判断に任せてよいのではないか。

・ただし、花きの産地名がより具体的な名称でも一般に知られている場合は、産地国名を省略することができるとしてはどうか。

【アンケート結果】

・花き業界、消費者とも「産地国名」の回答が最も多い。（図－５）



図－５　【外国産花きの場合、表示すべき産地の名称をどこまで具体的にすべきと思うか。】

【検討会での意見等】

・国産か外国産かは、最低限表示してほしい。

【ガイドライン】

○　外国産花きについては、産地国名を明記する。

(3)　産地表示の対象とするもの

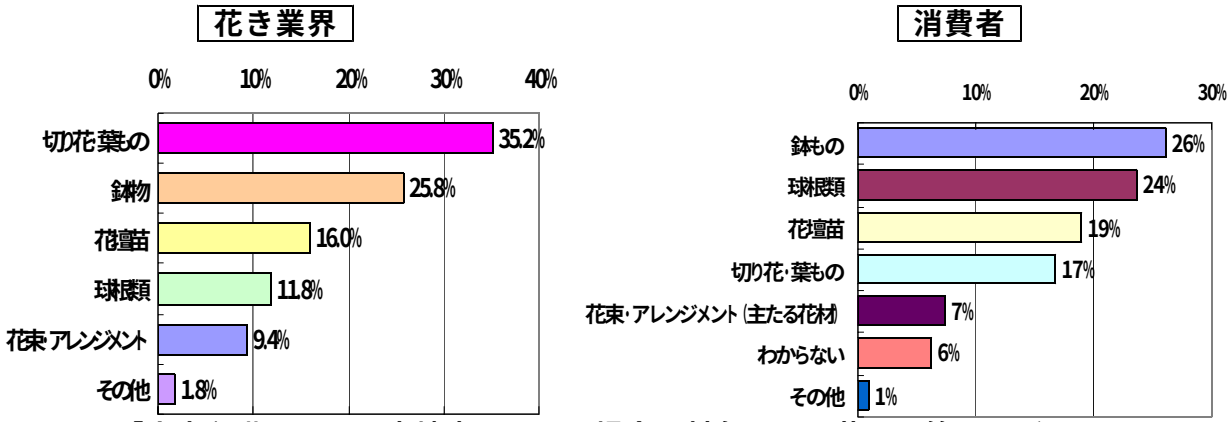
【主な論点】

○　切り花や鉢物等１種類の花きとアレンジメント等の複数の花きを加工したものがあるが、産地表示の対象とするものをどのように考えるか。

・素材の良さをＰＲするのであれば、単品だけでよいのではないか。

【アンケート結果】

・産地表示の対象とするもので、複数の花きを加工した花束・アレンジメントを回答した割合は、花き業界、消費者とも１割以下。(図－６)



図－６【小売段階における産地表示をする場合、対象となる花きの範囲をどこまでにした方がよいと思うか。】

【検討会での意見等】

・花きは、ブーケ、アレンジ等花材を組み合わせて使用するので、すべての商品について産地表示はできない。

・ブーケ等であってもメインになっている花であれば、産地名を付けることはできるのではないか。

【ガイドライン】

○　花き商品の素材や品質の良さ等をＰＲや商品情報の提供を行うものであり、産地表示するものは、単品商品のみでよい。

○　花束であっても主な花だけを表示することも可能とする。

【主な論点】

○　産地表示の対象とする範囲をどこまでとするか。

・まずは、切り花や鉢物等と限定せずに、産地等をＰＲしたいものは対象としてはどうか。

【アンケート結果】

・対象とする範囲については、花き業界では、切り花・葉ものや鉢物等。消費者は、鉢物、球根類等と回答。（前述：図－６）

【検討会での意見等】

・花きは品目・品種が極めて多く全て表示することはできないので、販売のメインになる、産地等をＰＲしたいものや小売店が自信を持っておすすめするものについて表示してはどうか。

【ガイドライン】

○　産地のＰＲをするもの、又は小売段階における企画商品（おすすめ商品やこだわり商品等）について表示する。

(4)　産地以外の情報

①　産地以外の情報表示の考え方

【主な論点】

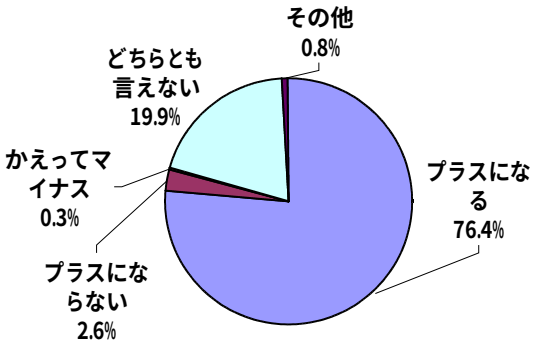
○　産地以外の情報表示について、どのように考えるのか。

・産地のＰＲ、企画商品のためであれば、他の産地、商品との違いを

表す情報を明記した方がよいのではないか。

【アンケート結果】

・産地以外の情報は、花き業界では約８割がブランド化にプラスになると回答。（図－７）



図－７【小売段階における産地以外の情報は、生産地のブランド化にプラスになると思うか。（花き業界のみ）】

【検討会での意見等】

・産地に限らず、花に関する情報がないので、いろいろ情報がほしい。

・花き商品にストーリーのある情報や消費者に訴えられるものが必要である。

【ガイドライン】

○　産地のＰＲや企画商品のためであれば、他の産地や商品との違い、消費者に対するアピールポイントを表す情報を明記した方がよい。

②　産地以外の情報の内容

【主な論点】

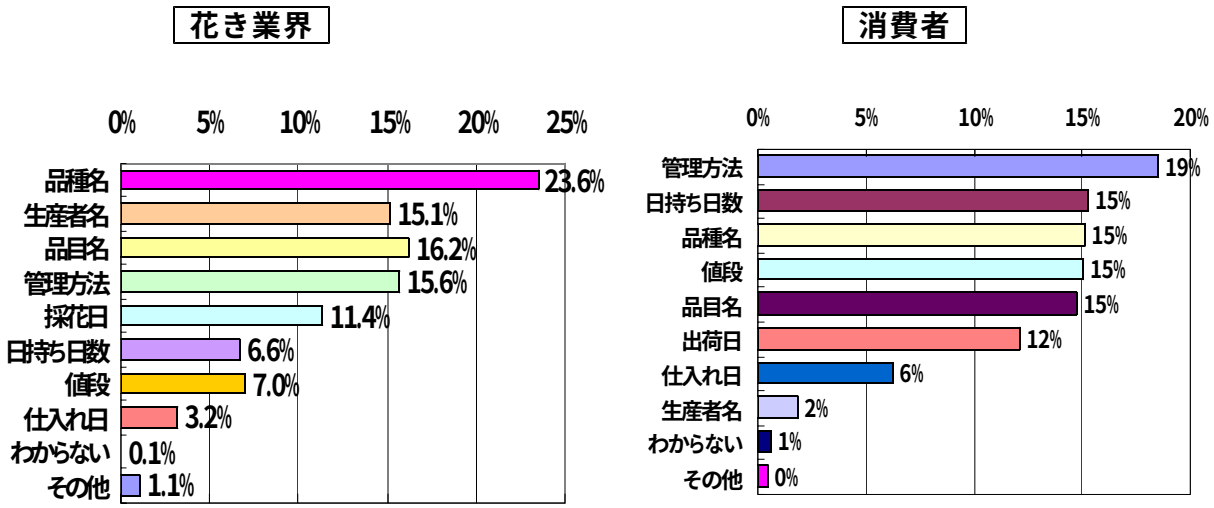
○　産地以外の情報表示について、どのような表示があれば良いと考えるか。

・差別化したい、強調したい項目を産地、小売店が選択して表示すればいいのではないか。

・エコファーマーやＭＰＳなどの生産者の取組、ジャパンフラワーセレクション等の品種の受賞歴、農林水産大臣賞などの生産者の受賞歴も表示してはどうか。

【アンケート結果】

・表示内容については、花き業界は品種名等、消費者は管理方法等と回答。（図－８）



図－８【産地以外の表示で、どのような表示があれば良いと思うか。】

【検討会での意見等】

・消費者は、切り花の日持ちに強い関心がある。

・日持ちを表示する場合は、条件によって日数が変わるので、日持ちの前提条件や試験データを示すことが必要。

・鉢物等については、育て方や管理方法等に関心があり、情報を求めている。

【ガイドライン】

○　差別化したい、強調したい項目を産地、小売段階で選択して表示する。

（例）品種名、品目名、管理方法、生産者名、採花日（出荷日）、日持ち日数、値段、仕入れ日　等

○　エコファーマーやＭＰＳなどの生産者の取組、ジャパンフラワーセレクション等の品種の受賞歴、農林水産大臣賞などの生産者の受賞歴、日持ち試験データも差別化や強調表示に有効である。

(5)　表示をするに当たっての留意すべき点

【主な論点】

○　表示をするに当たって、留意すべき点はあるか。

【検討会での意見等】

・見やすい所に目立った表示をしてほしい。

・切り花の場合、表示したものを花束等に加工する際には取ってしまうので、取り外ししやすくしてほしい。

【ガイドライン】

○　見やすい、目立った表示をする。

○　切り花の場合、花束等に加工する際に表示したものを取り外ししやすくする。

４．表示例

(1)　小売店に表示してもらえるような表示

【主な論点】

○　小売店に表示してもらうには、どのように表示すればよいと考えるか。

・手間のかからないやり方をいくつか提案し、選択できるようにする。

【検討会での意見等】

・小売店ですぐ貼れるようなもの、小売店の負担にならないような表示の仕方を考える。

・ＥＬＦバケットに産地等を表示しているが、これを活用してはどうか。

・生産者の方で名札を用意してもらえると良い。

・新品種名がわかりにくい。ネーミングは、消費者にわかりやすいものにしてほしい。

・生産者が、紙１枚のメモでも出荷箱に入れておくと、花屋さんはそれを参考にしてＰＯＰ等に書き込める。

・できれば生産者の顔写真もあれば良い。

・仲卸等で小分けするために出荷箱から取り出す場合、小分けしたものにも産地情報等がわかるように、予め出荷箱に複数のメモを入れるなどの方法を考えること。

【表示アイデア等】

○　値札、黒板等に手書きで表示

○　生産者が出荷する際にＰＯＰ（顔写真付等）や名札、チラシ等を出荷箱に入れ、それを店頭に表示

○　産地表示等が明記してある出荷箱を活用（産地表示等が明記してある面を切り取って店頭等に置けるようにするなど）

○　出荷箱に産地情報等のメモを複数入れておく。

○　使用しているバケットに表示

○　小売店ですぐ貼れるようなシールなどに表示

○　ＱＲコード（携帯電話のカメラ撮影で詳細情報を掲載したホームページにアクセスできる。）の活用

○　鉢物についているタグを活用

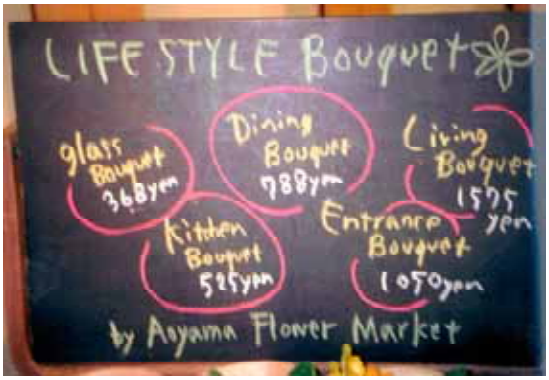
○　消費者にも馴染みやすい新品種のネーミング（例：あきたこまち、きたあかり等）の活用

○　切り花にも鉢物のタグのようなものを活用

○　表示のフォーマットを作ってホームページで提供

【表示事例】

手書きによる表示



【黒板を使っての商品説明】

【手書きのＰＯＰ】

【ガーベラ　静岡県産】

【チューリップ　新潟県産】

バケットでの表示

【バケット毎に単品商品を表示】

シールによる表示

ＱＲコードの活用

【ＱＲコードを活用したラベル】

鉢物のタグ・ラベルによる産地・生産者表示

【シクラメンの生産者名表示（裏面　管理方法説明】

【ジャパンフラワーセレクションの入賞品種のマークと商品説明（シクラメン）】

【宮崎県産の地域ブランドマーク（シンビジウム）】

【花壇苗の生産者名の表示によるブランド化（○○名人作　パンジー）】

(2)　消費者に関心をもってもらうための表示

【主な論点】

○　消費者に関心を持ってもらえるようにするには、どのように表示すればよいと考えるか。

・消費者の関心を引きそうな仕方をいくつか提案し、選択できるようにする。

【検討会での意見等】

・どこの産地でどんな作り方をしたとか、すがすがしい高原の花とかいったこだわりを書くと良いのではないか。

・「バラの日」とか「○○の日」といった花を買うきっかけの表示があると良い。

・ケーキ屋は「〇〇産のいちご」で客を引きつけている。花束では、「〇〇産の花が入っている。」といった売り方があるのではないか。

・日持ちについても、玄関だったら〇日位、暖房の部屋では〇日位持つ等のコメントがあれば良い。

・買った花に「花が終わったら葉も楽しめる」といったコメントもあった方が良い。このようなコメントがないと花が終わった段階で捨てられるおそれがある。

・通販等では、情報発信の方法を考えることが必要。発送日、開花日等を示すのも良い。

【表示アイデア等】

〇　おすすめ商品やこだわり商品を表示

〇　育て方や咲く時期等の説明書付きの表示

〇　日持ち保証や日持ちする前提条件の表示

〇　消費者に聞かれやすい項目（例：①品目名、②品種名、③値段、④コメント等）の表示

〇　“今日は『バラの日』”といったような花を買うきっかけとなる表示

〇　花の楽しみ方のコメント（例：同じ商品で「花が枯れれば次は葉を楽しむことができる」といったコメント）

〇　産地がわかる商品名の表示

〇　限定商品であることの表示

〇　物日の由来等の説明

〇　季節を感じさせる表示

〇　産地以外の消費者の商品選択の判断材料となる表示

《ブーケ等加工したものの表示方法》

〇　加工の際に「〇〇産の花が入っています」といった表示

〇　ラッピングペーパー等に表示

【表示事例】

おすすめ・こだわり商品の表示

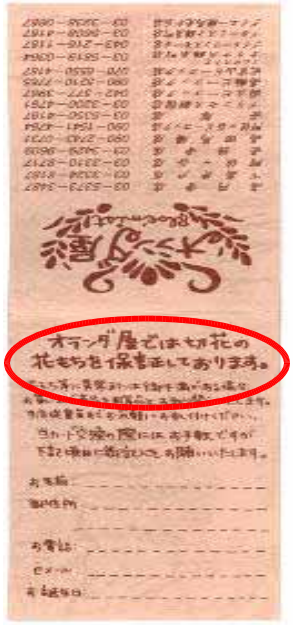
【仕入れの際に付いているラベルの情報を基に、小売店で作成したＰＯＰ】

【こだわり商品のＰＯＰ】

育て方等の説明表示

【ランの管理方法説明ＰＯＰ】

日持ち保証した表示



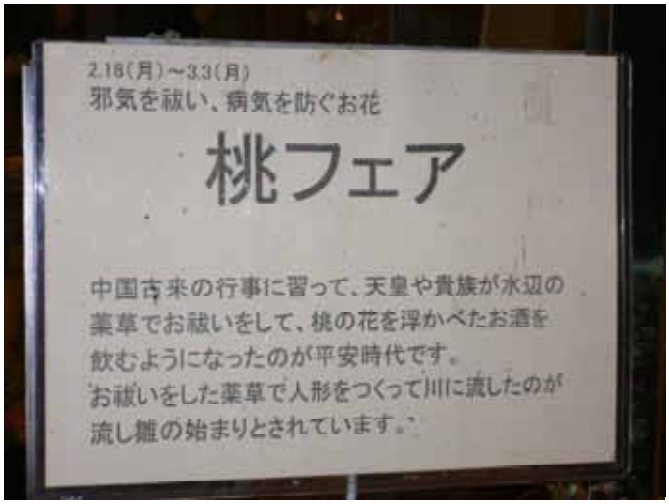
【ポイントカードに日持ち保証を明示】

【日持ち試験で合格した品種に付けられるタグ】

花の楽しみ方をコメントした表示

物日由来等の説明ＰＯＰ

【節分】



【ひな祭り】

花を買うきっかけとなる表示

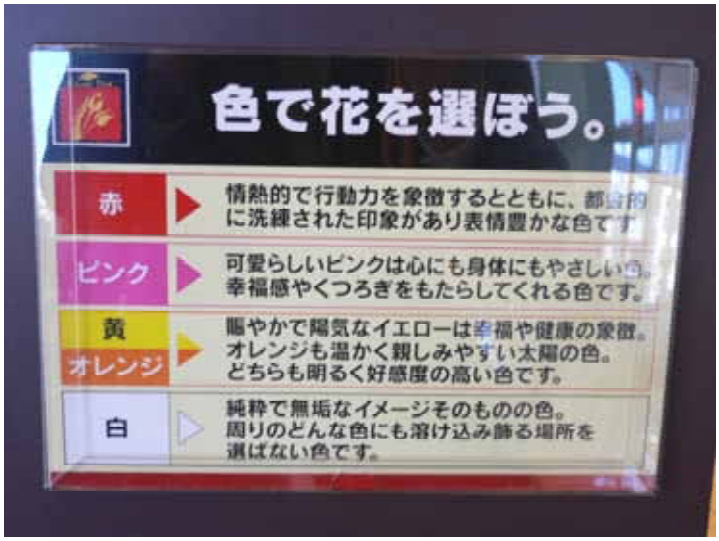
【誕生花】

季節を意識した表示

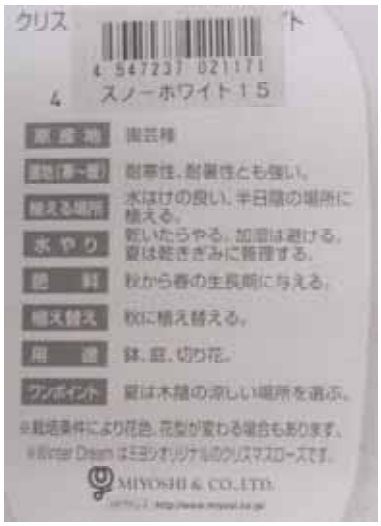
【季節の花束（数品種）】

【季節の鉢物（チューリップ）】

産地以外の消費者の商品選択の判断材料となる表示



【花の色を解説したＰＯＰ】



【表面】　　【裏面】

【栽培管理方法（裏面）を表示したラベル（種苗会社によるブランド品種の表示ラベル）】

【オーガニックフラワー（有機栽培によるカーネーション】

ブーケ等加工したものの表示方法

【ブーケの商品表示方法】

５．産地表示の浸透のための方策

【主な論点】

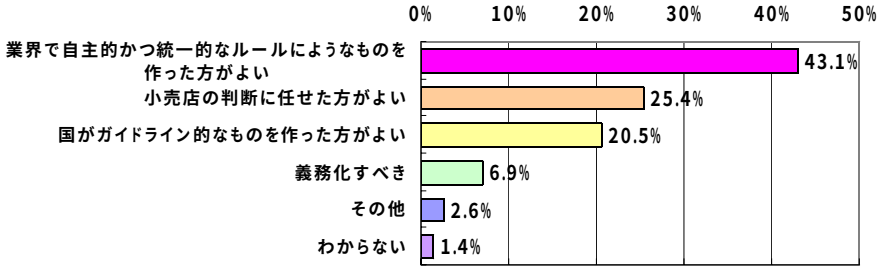
○　産地表示をどのように浸透させるか。

・統一的なルールは、産地の定義、産地の名称の範囲までででよいのではないか。

・業界として産地表示を浸透させていく必要があるのではないか。

【アンケート結果】

・花き業界では、４割以上が業界で自主的かつ統一的なルールのようなものがよいと回答。（図－９）



図－９【小売段階における産地表示を浸透させるとしたらどのような方法が良いと思うか。（花き業界のみ）】

【検討会での意見等】

・テレビで宣伝すると効果的。消費者、小売店もお互いに理解できる。

・花屋にも産地情報等が伝わるように、大きなメディアを活用した方がよい。

・外食で「これはどこの産地？」と聞く一声運動をしているが、花でも同様に産地を聞く運動を始めれば、花屋も産地表示に動くのではないか。

・業界内だけでなく外に向かっても宣伝すべきである。

・「還暦の花」などといった企画商品を作って産地と小売店が連携すれば、産地表示がしやすい。

・消費者に関心を持ってもらうには、まず、花屋の店員教育や消費者とのコミュニケーションが必要ではないか。

【提言】

○　「３．表示の内容・方法」を花き業界全体として、ガイドラインとして普及させる。

○　メディア等を活用して産地表示を宣伝していく。

○　小売店に産地を聞く運動を始める。

○　本報告書を基にパンフレットを作成し、産地表示をＰＲしていく。

○　生産者と卸・仲卸、小売店が連携して産地表示に取り組む仕組みを構築する。
○　小売店は、産地等の知識を身につけるための店員教育や消費者とのコミュニケーションを心がける。

６．花きにおける産地表示のガイドライン（再掲）

(1)　産地の定義

○　苗等（種子、挿し木も含む）を購入して切り花（葉もの、枝ものも含む。以下「切り花」とする。）や鉢物等（花壇苗、球根類も含む。以下「鉢物等」とする。）として生産した場合、花きの産地は、原則として市場、小売店等へ出荷・販売（ただし、生産者への出荷を含まない。）される直前まで栽培された圃場の所在する場所とする。

○　なお、ラン類等では、苗等としての栽培期間が長く、最終商品として仕上げをされた圃場の期間よりも苗等として栽培された圃場の期間の方が長い場合もあるが、産地としては、最終商品としての仕上げをされた圃場が所在する場所とする。

(2)　産地の名称

①　国産花きの場合

○　国産花きの場合の産地の名称は、都道府県名と可能な限り産地名（最終商品として仕上げをされた圃場の所在する場所の地名、生産組織名、農場名、生産者名等)を明記する。

②　外国産花きの場合

○　外国産花きについては、産地国名を明記する。

(3)　産地表示の対象とするもの

○　花き商品の素材や品質の良さ等をＰＲや商品情報の提供を行うものであり、産地表示するものは、単品商品のみでよい。

○　花束であっても主な花だけを表示することも可能とする。

○　産地のＰＲをするもの、又は小売段階における企画商品（おすすめ商品やこだわり商品等）について表示する。

(4)　産地以外の情報

①産地以外の情報表示の考え方

○　産地のＰＲや企画商品のためであれば、他の産地や商品との違い、消費者に対するアピールポイントを表す情報を明記した方がよい。

②　産地以外の情報の内容

○　差別化したい、強調したい項目を産地、小売段階で選択して表示する。

（例）品種名、品目名、管理方法、生産者名、採花日（出荷日）、日持ち日数、値段、仕入れ日　等

○　エコファーマーやＭＰＳなどの生産者の取組、ジャパンフラワーセレクション等の品種の受賞歴、農林水産大臣賞などの生産者の受賞歴、日持ち試験データも差別化や強調表示に有効である。

(5)　表示をするに当たっての留意すべき点

○　見やすい、目立った表示をする。

○　切り花の場合、花束等に加工する際に表示したものを取り外ししやすくする。

参　考

花きの産地表示に関する検討委員会メンバー

◎　花きの産地表示に関する検討委員会

（社）日本花き生産協会	吉野　茂美	常務理事
（社）日本花き卸売市場協会	横田　一利	常務理事
（社）日本生花商協会	都倉　正明	会長
（社）日本生花通信配達協会	水谷　一男	理事・事務局長
（社）日本インドア・グリーン協会	國松　盛一	専務理事

○　花きの産地表示に関する検討会　ワーキンググループ

〔生産者・市場関係者〕

（社）日本花き生産協会　鉢物部会（千葉県）	前林　健一
（社）日本花き生産協会　ばら部会（群馬県）	根岸　始
（社）日本花き卸売市場協会　㈱大田花き	桐生　進

〔小売関係〕

（社）日本生花通信配達協会　㈱はなや	秋田　洋子
（社）日本生花商協会　吹上花園	金子　彰五
（社）日本インドア・グリーン協会	國松　盛一
（社）日本ＤＩＹ協会　㈱ユニリビング	日下　公男

〔消費者関係〕

消費科学連合会	大木　美智子
	伊東　依久子

〔表示関係専門家〕

（財）日本食品分析センター	大西　詳三

・オブザーバー　　農林水産省生産局園芸課花き産業振興室
・事務局　　（財）日本花普及センター

検討の経過

1　アンケート調査

(1)　卸売関係者

・（社）日本花き卸売市場協会に依頼し、会員を対象に配布。
　平成１９年５月実施　　配布数：１５５　回答数：５３

(2)　生産・出荷関係者

・（社）日本花き生産協会に依頼し、７部会（洋らん部会、スプレーギク部会、ばら切り花部会、輪ギク部会、鉢物部会、球根・切花部会、カーネーション部会）会員を対象に配布。
　平成１９年６月実施　　配布数：２８１　回答数：１８６

(3)　小売関係者

・（社）日本生花通信配達協会に依頼し、会員を対象に配布。
　平成１９年７月実施　　配布数：２００　回答数：１３５
・日本ＤＩＹ協会に依頼し、会員を対象に配布。
　平成１９年８月実施　　配布数：９４　回答数２２
・日本チェーンストア協会に依頼し、会員を対象に配布
　平成１９年８月実施　　配布数：８０　回答数：２０

(4)　消費者

・消費科学連合会に依頼し、当連合会のモニターに配布
　平成１９年６月実施　　配布数：１，０００　回答数：９７８

2　検討委員会の開催

(1)　第１回検討委員会

平成１９年１０月５日（金）　場所：（財）日本花普及センター会議室
主な議事
・花き産地表示等情報表示の推進について
・花きの産地表示に関するアンケート調査結果について
・花き業界としての取り組みについて
・今後のスケジュールと検討メンバーについて

(2)　第１回ワーキンググループ

平成１９年１１月２９日（木）　場所：久松区民館
主な議事
・花きの産地表示に関するアンケート調査結果について
・花きの産地表示の推進について

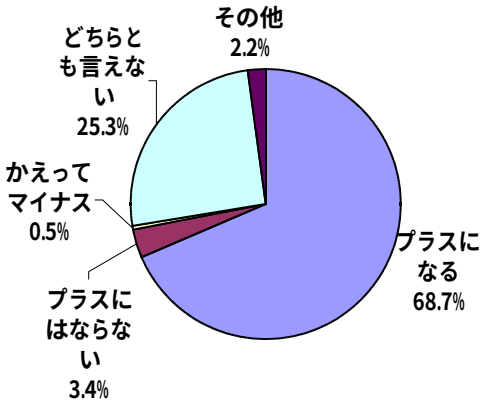
(3)　第２回ワーキンググループ
平成２０年１月２５日（木）　場所：（財）日本花普及センター会議室
主な議事
・花きの産地表示等情報表示のあり方・浸透の仕方について

(4)　第２回検討委員会（ワーキンググループと合同）
平成２０年３月２７日（木）　場所：ＴＫＰ東京駅八重洲口駅会議室
主な議事
・花きの産地表示のあり方・浸透の仕方についての報告書（案）について

花きの産地表示に関するアンケート調査結果概要

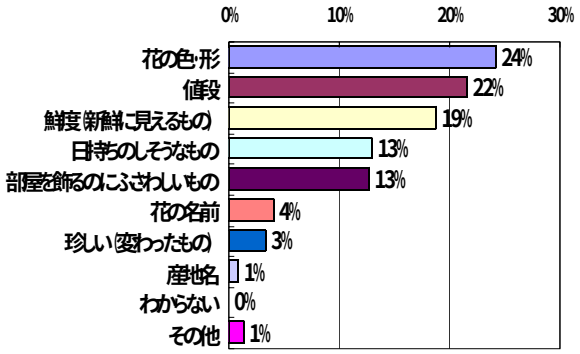
【アンケート調査数：1,810（花き業界＋消費者）　回答数：1,394　回答率：77.0 %】

1　花き業界では、回答者の７割が産地表示はブランド化にプラスになると回答

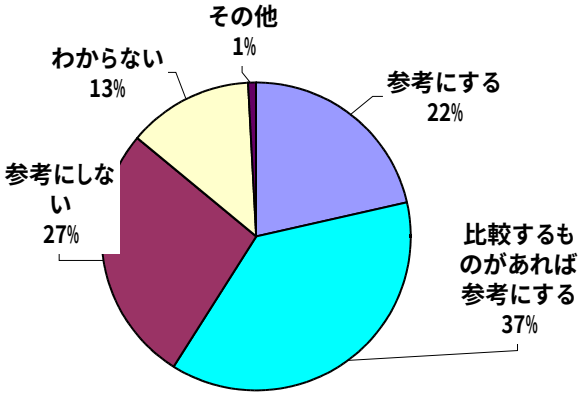


【産地のブランド化を進めていくためのアイデアの１つとして、産地表示はブランド化にプラスになると思うか。（花き業界のみ）】
〔回答数４１５〕

2　消費者は、花の色・形、値段等を購入ポイントとしており、産地名は僅か
**　しかしながら、産地表示があれば、商品選択の参考にする人は２割、比較するものがあれば参考にするも含めれば、６割が程度の差はあれ参考にすると回答**



【花きを購入する場合、どういうところを見て買うか。（消費者のみ）】
〔回答数（複数回答）２，６３３〕

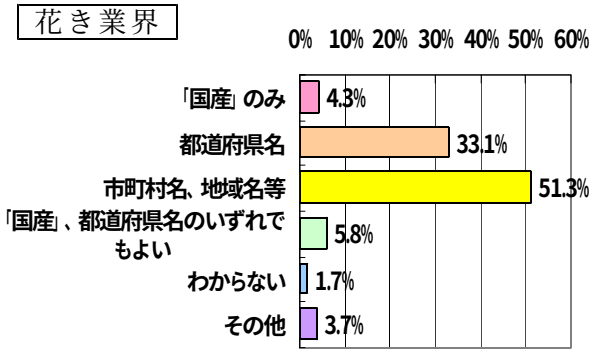


【花きを購入するとしたら、産地表示を商品選択の参考にするか。（消費者のみ）】
〔回答数９４８〕

3　表示する産地の名称は、国産花きの場合であれば、花き業界は市町村名、地域名等。消費者は都道府県名。外国産の花きの場合は、花き業界、消費者とも産地国名と回答

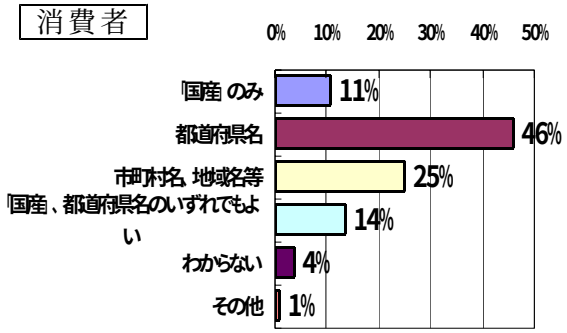
【国産花きの場合、表示すべき産地の名称をどこまで具体的にすべきと思うか。】

花き業界



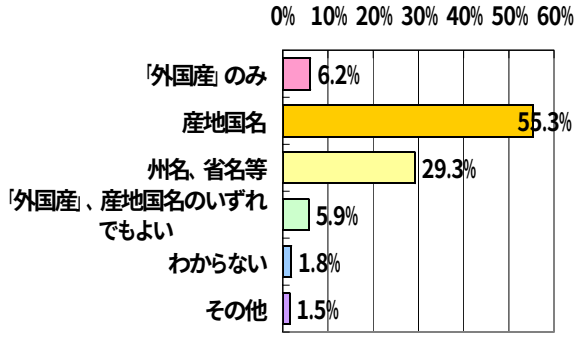
〔回答数３４７〕

消費者

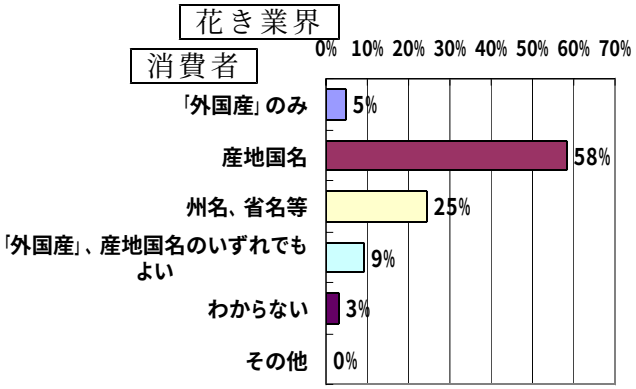


〔回答数９６２〕

【外国産花きの場合、表示すべき産地の名称をどこまで具体的にすべきと思うか。】



〔回答数３３８〕

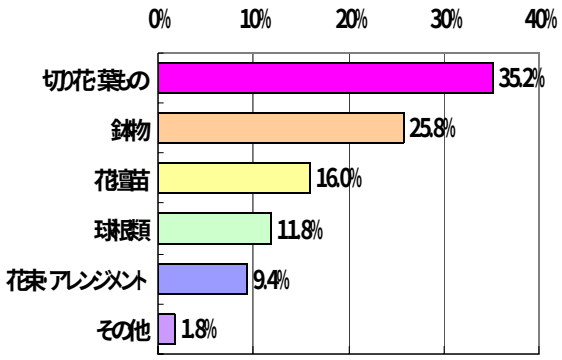


〔回答数９５７〕

４　産地表示の対象とするものは、花き業界では、切り花・葉ものや鉢物等、消費者は、鉢もの、球根類等と回答

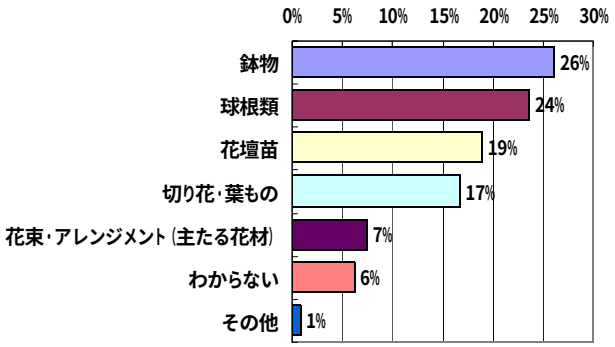
【小売段階における産地表示をする場合、対象となる花きの範囲をどこまでにした方がよいと思うか。】

花き業界



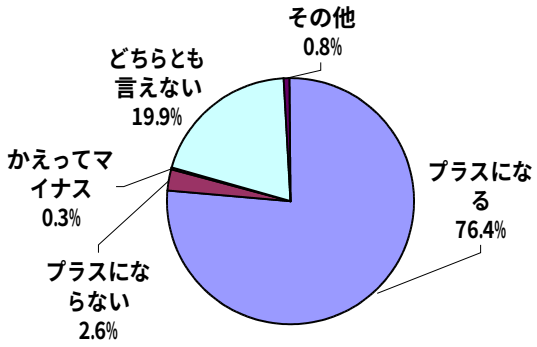
〔回答数（複数回答）７９５〕

消費者



〔回答数（複数回答）２，２３３〕

5　産地以外の情報は、花き業界では約８割がブランド化にプラスになると回答。表示内容については、花き業界は品種名等、消費者は管理方法等と回答

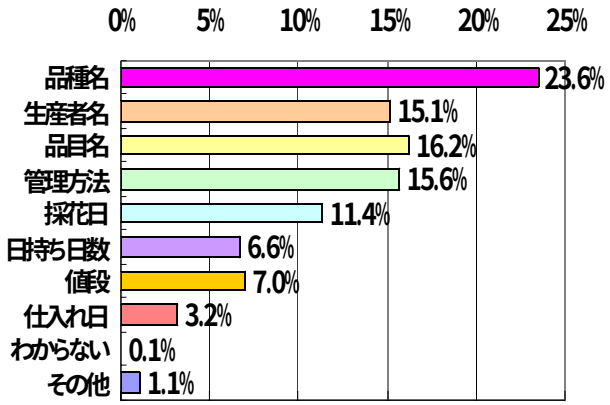


【小売段階における産地以外の情報は、生産地のブランド化にプラスになると思うか。（花き業界のみ）】

〔回答数３８２〕

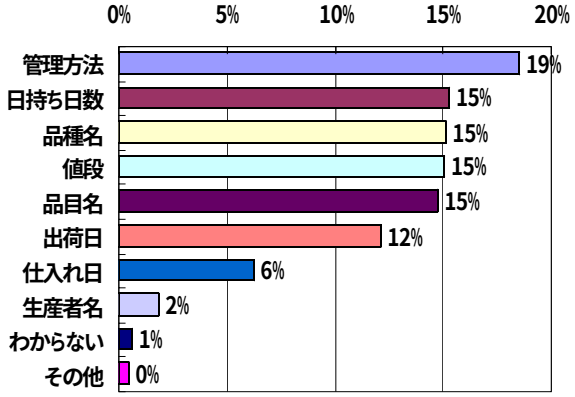
【産地以外の表示で、どのような表示があれば良いと思うか。】

花き業界



〔回答数（複数回答）１，０１０〕

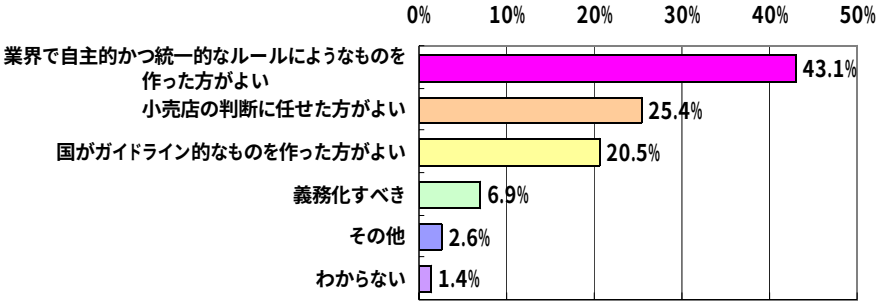
消費者



〔回答数（複数回答）３，１６１〕

6　産地表示の浸透の仕方については、花き業界では４割以上が業界で自主的かつ統一的なルールのようなものがよいと回答

【小売段階における産地表示を浸透させるとしたらどのような方法が良いと思うか。（花き業界のみ）】


0%
10%
20%
30%
40%
50%
業界で自主的かつ統一的なルールにようなものを作った方がよい
43.1%
小売店の判断に任せた方がよい
25.4%
国がガイドライン的なものを作った方がよい
20.5%
義務化すべき
6.9%
その他
2.6%
わからない
1.4%

〔回答数３４６〕