

2. 花きの流通

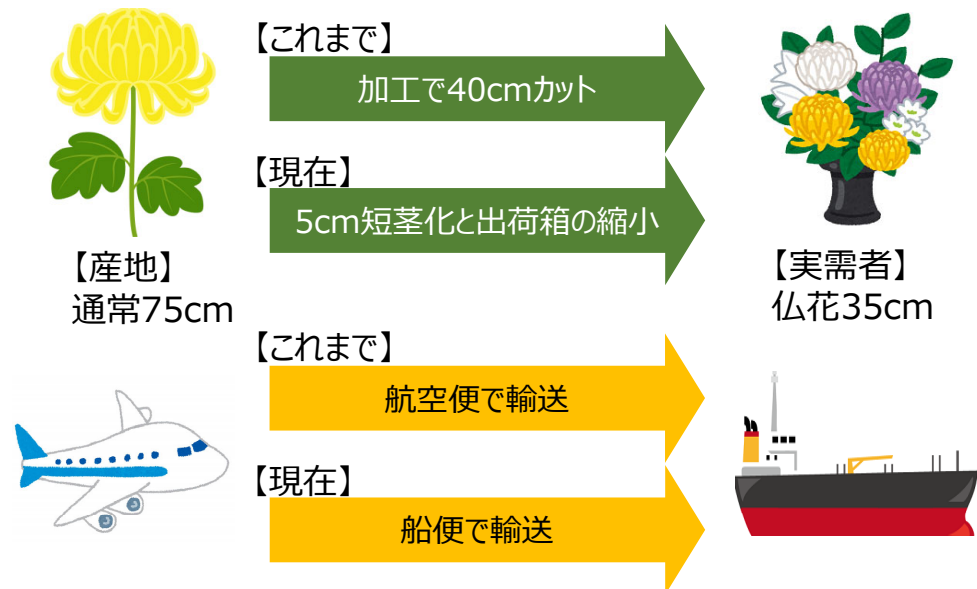
(4) 花き流通の効率化等の取組事例

モーダルシフト

小ギクの短茎化と併せた輸送効率の向上

～ 真空予冷により航空便から船便へ～

- 沖縄県では、キク類を中心に短茎化（▲ 5 cm）することで出荷箱を縮小し、輸送効率の向上とコスト削減を実現。
- 輸送の箱に湿度を一定に保つ品質保持資材と緩衝材兼結露防止の新聞紙を用い、真空予冷をすることで長期輸送でも鮮度を維持。これにより、コストの高い航空便から時間はかかるが安価な船便へ移行することで輸送コストを削減。



一元的な共同輸送

一元的な共同輸送による積載効率の向上

～ 小口多品目が強みに～

- JA高知県園芸流通センターでは、県内全JAの一元的なパレット共同輸送を実施（小口多品目の積載効率の悪さを解消するため、JA主導でセンターを構築）。
- 運送会社と連携し、延べ100車で県内を15時までに集荷し、センターで出荷先市場ごとに仕分けして、約60～70車で18時までに出荷（地域物流と幹線物流を分離）。青果60市場、花き40市場へ出荷。
- センターと各JAの出荷場でデータ連携ができており、事前の配車計画により市場ごとにほぼ満車で出荷。



積み降ろし専用スペース



自動搬送機により
荷役時間を短縮

2. 花きの流通

（４）花き流通の効率化等の取組事例

スマートフラワー規格

スマート規格により出荷本数が増加

～ 大口需要者の使用実態に合わせてスマート化～

- 愛知県では、輪ギクを慣行規格（90cm）から20cm短くしたスマート規格で出荷した場合、輸送箱への積載本数が200本→250本～300本へ増加（1.25倍～1.5倍）。
- 加工時の茎の廃棄量も削減。



スマート規格化された花材の納入



最上段が新規流通箱

出荷箱の見直し

出荷箱の見直しで品質・コスト等に貢献

- 鹿児島県では、慣行の「縦箱・湿式」出荷箱から、鮮度保持フィルムを活用した「横箱・乾式」に転換することで、品質を維持したまま、積載数が増加（出荷コンテナへの積載箱数が約1.5倍）し、流通コストの削減（1箱あたり▲24円）を実現。



縦箱・湿式（給水）



横箱・乾式（鮮度保持フィルム）



<参考>花きの流通標準化ガイドラインの概要

- 令和4年7月より市場関係者、生産者団体、運送業者、行政等により構成される花き流通標準化検討会が設置され、令和5年3月に「花き流通標準化ガイドライン」を公表。
- 本ガイドラインを踏まえ、各花き産地等でのパレット・台車導入や段ボール箱規格の統一、受発注情報のデジタルデータ化等を推進。

<花き流通標準化ガイドラインにおける標準化項目について>

台車の統一

- ・ 産地の出荷拠点から卸売市場までの幹線輸送における手荷役解消のため、台車での輸送を推奨。
- ・ 鉢物については、全国的に利用されているフル台車のサイズと実証実験で開発したハーフ台車のサイズを標準的な台車のサイズとして推奨する。
(写真左) フル台車：
W1,055mm×D1,285mm×H2,068mm
(写真右) ハーフ台車：
W520mm×D1,280mm×H1,900mm
- ・ 切り花については、使用実態に応じ原則としてフル台車、ハーフ台車での輸送を推奨する。



パレットサイズの統一

- ・ 産地の出荷拠点から卸売市場までの幹線輸送における手荷役解消のため、パレットでの輸送を推奨。
- ・ 平面サイズ1,100mm×1,100mmを標準とする。



段ボールサイズの統一

- ・ 標準の平パレット1,100mm×1,100mmに合わせ、例えば次のようなサイズの横箱段ボールの使用を推奨する。
タイプA：長さ1,100mm×幅360mm×高さ260mm
タイプB：長さ1,100mm×幅360mm×高さ173mm
タイプC：長さ1,100mm×幅360mm×高さ130mm
タイプD：長さ1,100mm×幅275mm×高さ130mm など
- ・ 必要に応じて縦箱段ボールの使用も可能とするが、横箱段ボールで流通に支障がないものについては、可能な限り横箱段ボールでの流通を推奨する。
- ・ 検品作業等が効率的になるようラベル等の表示の向きをそろえた積み付けモデルを推奨する。



(写真) T11パレットに4種類の切り花標準箱を積上げた様子

情報伝達方式の統一

- ・ ペーパーレス化・データ連携を前提とし、帳票の標準項目を定める。

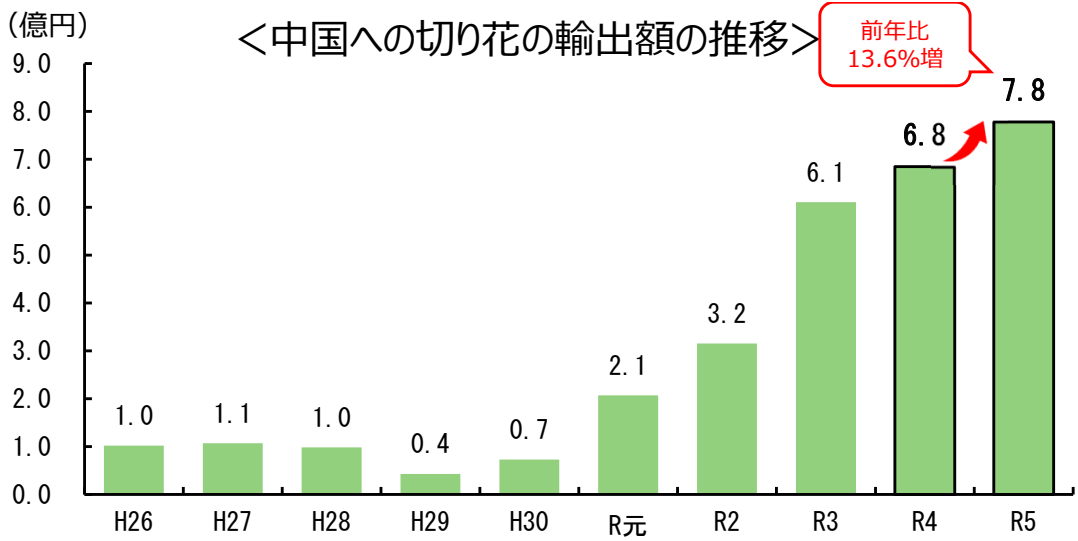
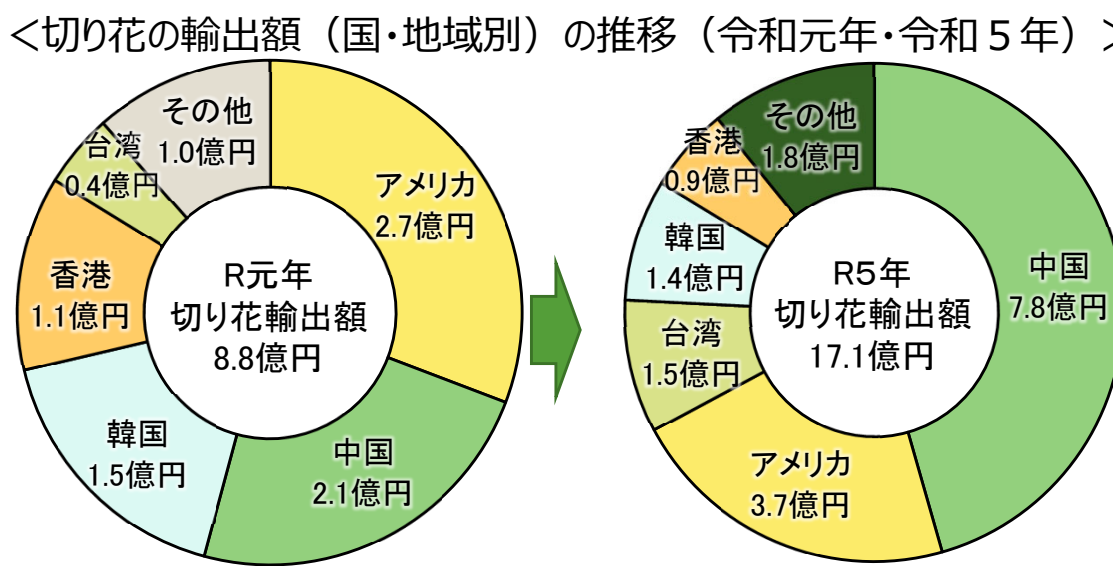
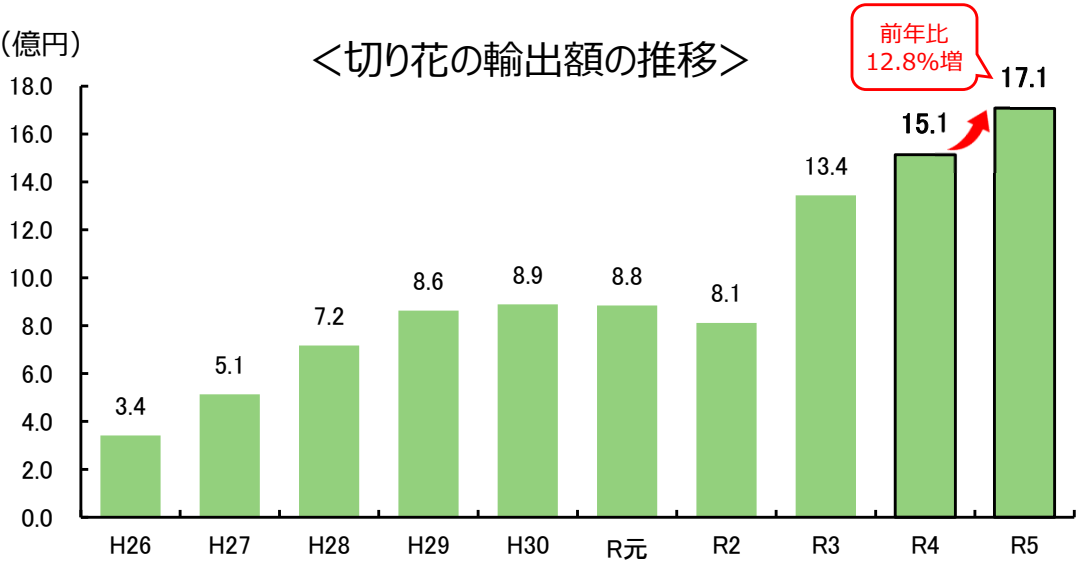
送り状の標準項目

- | | |
|------------------|--------------|
| ① 出荷者 | ⑨ 品種名 |
| ② 出荷者コード | ⑩ 品種名コード |
| ③ 出荷年月日 | ⑪ 荷姿 |
| ④ 送り状ナンバー | ⑫ 入数 |
| ⑤ 卸売業者名 | ⑬ 等階級 |
| ⑥ 卸売業者コード | ⑭ 数量 (または箱数) |
| ⑦ 品名 (または品目) | ⑮ 輸送手段 |
| ⑧ 品名 (または品目) コード | ⑯ 輸送会社 |

3. 花きの輸出

(1) 切り花の輸出動向

- 令和 5 年の切り花輸出額は、17.1 億円で前年比で12.8%増加。
- 近年では、近隣アジア各国向けの輸出が増加しており、中国向け輸出額は7.8 億円と令和元年から約 3 倍増加。
- 主な輸出品目はスイートピー、グロリオサなどの花のほか、中国ではアセビなどの切り枝も人気。



＜切り花の輸出品目の例＞



グロリオサ



ランキュラス



スイートピー



ドウダンツツジ



トルコギキョウ



アセビ



サクラ

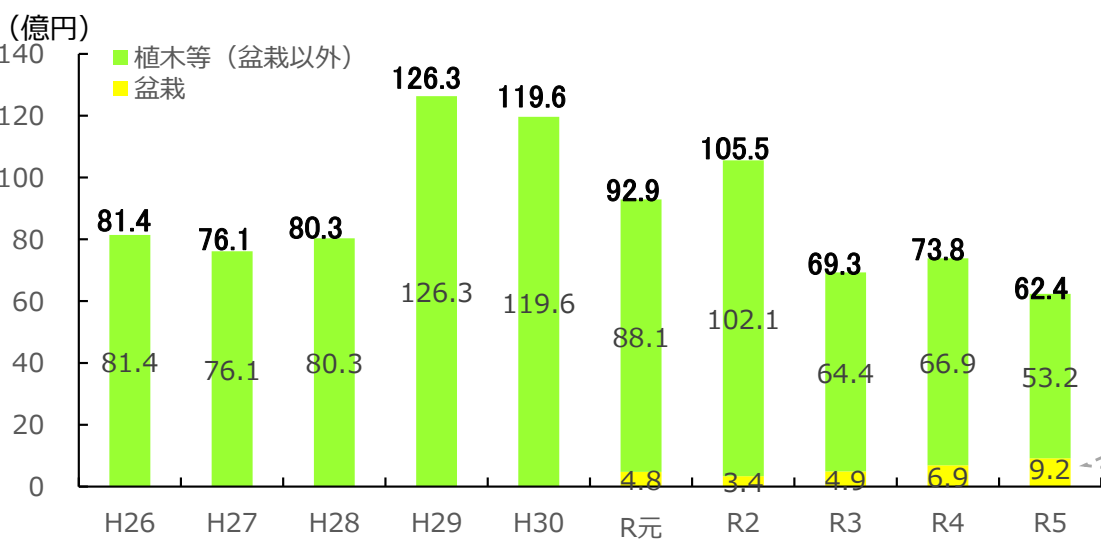
貿易統計（税関ホームページ）を基に作成。

3. 花きの輸出

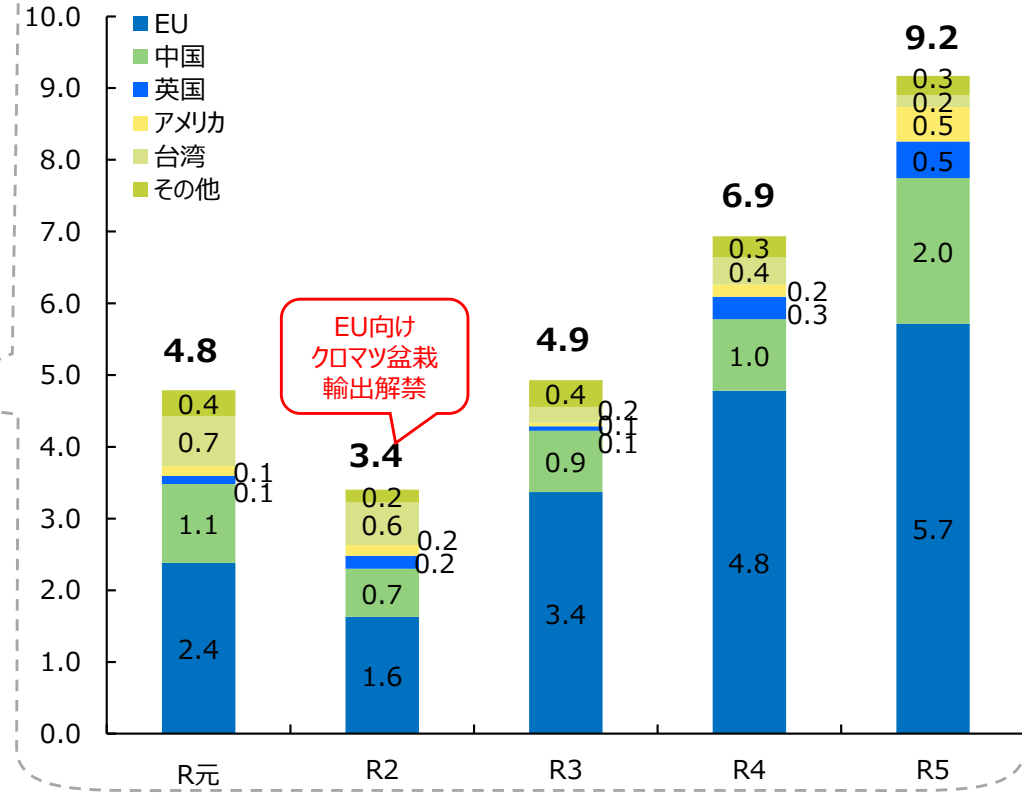
(2) 植木・盆栽等の輸出動向

- 植木・盆栽等の輸出額のうちベトナムと中国の2国で約8割。主要な輸出先国である中国において人気の高いイヌマキ植木の輸出が検疫等の事情により中断していることから、植木の輸出額は令和3年度以降減少。
- 一方、盆栽の輸出額については、EU向けクロマツ盆栽の輸出解禁（令和2年10月1日解禁）等が追い風となり、輸出額が増加。

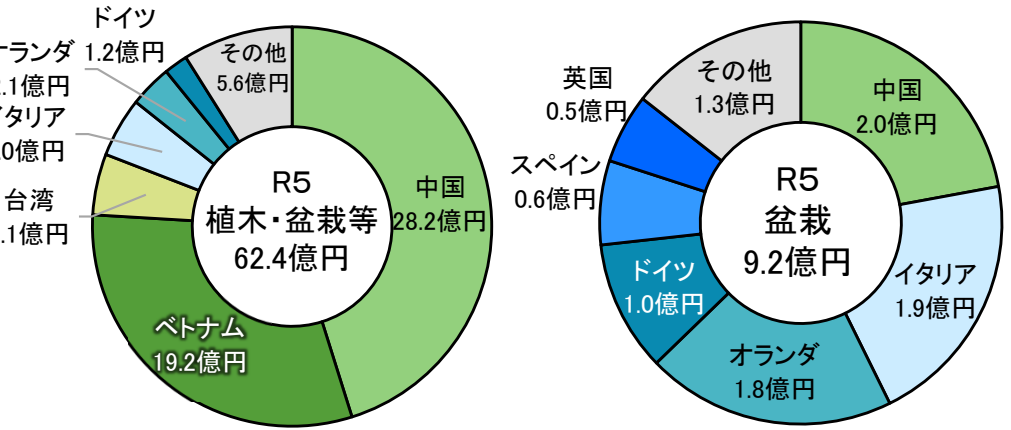
<植木・盆栽等の輸出額推移>



<盆栽の輸出先国の推移>



<植木・盆栽等の輸出額（国・地域別）（令和5年）>



貿易統計（税関ホームページ）を基に作成。
※HSコード
植木等（盆栽以外）：0602.30-000, 0602.40-000, 0602.90-190, 0602.90-900
盆栽：0602.90-110
植木・盆栽等：0602.30-000, 0602.40-000, 0602.90-110, 0602.90-190, 0602.90-900

3. 花きの輸出

(3) 切り花の輸出額目標

- 「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」では、切り花を輸出重点品目に位置付け、令和7年までに輸出額を18.8億円とする目標を設定し、輸出対象国ごとの課題対応や輸出産地の育成等を推進。
- 切り花など花きの輸出拡大に向けて、生産から販売に至る関係者で構成される「全国花き輸出拡大協議会」がオールジャパンでの日本産花きの海外等でのPR活動を実施。

〈切り花の輸出額実績〉

2019（R元）年	2020（R2）年	2021（R3）年	2022（R4）年	2023（R5）年
8.8億円	8.1億円	13.4億円	15.1億円	17.1億円



〈切り花の輸出額目標〉

2025（R7）年
18.8億円

〈切り花の国別輸出額目標〉

国名	2019年実績	2025年目標	国別のニーズ・規制に対応するための課題・方策
合計	8.8億円	18.8億円	
米国	2.7億円	5.9億円	・米国で需要が高く、冬から春先に出荷されるスイートピーについて、生産性・品質の維持・向上や出荷時期の長期化等の産地対策を推進 ・日本産切り花の更なる知名度向上に向けてニューヨークやロサンゼルスのほか、富裕層の多いマイアミ、フェニックス等の都市でのPR活動を強化
中国	2.1億円	4.8億円	・中国で需要の高い切り枝について、安定供給を図るため山採りから平地等での栽培の転換等の取組を産地に推進 ・中国国内での販路拡大に向けて上海や北京などの大都市のほか、経済が堅調な深圳、広州、成都等でもPR活動を展開
香港	1.1億円	2.2億円	・消費者に多様な購入手段を提供するため、日本産食品等のECサイトで切り花を販売する取組等を推進
EU	0.4億円	1.8億円	・オランダに所在する世界最大の花市場における環境認証の要求に対応するため、輸出産地における認証取得のための取組を推進
ベトナム	0.1億円	0.7億円	・テト（旧正月）等での花き需要に向けて高品質かつ多様な日本産切り花や切り枝品目の提案など日本産花きの認知度向上に向けた取組を推進
その他	2.4億円	3.4億円	・台湾などの東南アジア、豪州において、日本に強みのある品目（リンドウ、ダリア、トルコギキョウ、シャクヤク等）の長期低温保管倉庫の整備等により相手国の需要期に合わせた輸出の拡大を推進・新たにUAEなどの中東の富裕層をターゲットとして新たな販路を開拓するため中東では珍しい日本産花き品目の紹介等のPR活動を推進

<参考> 全国花き輸出拡大協議会の概要

- 全国花き輸出拡大協議会は、生産や流通・販売等の花き業界関係者で構成する任意団体として平成19年9月に設立。令和4年10月に一般社団法人に移行するとともに、同年12月には輸出促進法に基づく認定農林水産物・食品輸出促進団体に認定。
- 同協議会には、生産団体や都道府県、輸出事業者など、令和6年4月時点で103会員※が加入。

※令和6年4月時点

（一般社団法人）全国花き輸出拡大協議会



設立：平成19年9月

（法人設立：令和4年10月28日）

代表者：会長 生駒 順

<令和6年度の取組計画>

- ① 欧米・アジアを中心に更なる輸出拡大に向け、花きの国際見本市等での花き展示や商談会等のPR活動や市場調査の実施
- ② EU・中国の販路拡大に向け、フランス、中国で開催される国際園芸博覧会での花き展示等のPR活動や市場調査の実施
- ③ 新規輸出先国の開拓に向け、カザフスタンやキルギスタンでの切り花等の輸出可能性調査等の実施

といった取組を展開し、切り花等の花きの輸出額の増加、新規輸出先国の開拓につなげていく。

これまでの取組事例



ドーハ国際園芸博覧会での花き展示（令和5年）



ベトナムでの花き展示会、デモンストレーション（令和4年）



JFOODOと連携した
切り花の海外市場調査（令和3年）



中国など海外バイヤーとの
オンライン商談会(令和2年)

3. 花きの輸出

(4) 輸出拡大に向けた取組事例

日本食レストラン向けの日本産切り花商談会を初めて開催（中国 成都市）

- 一般社団法人全国花き輸出拡大協議会の協力のもと、ジェトロは高級日本食レストランなどを対象とした日本産切り花の商談会を2024年9月13日に中国・四川省成都市で初めて実施。
- 商談会は、日本産の切り花を紹介しつつ、その産地や色合いに合わせた日本酒を提供する「花見酒」というコンセプトで実施した。参加者からは「成都で日本産の花が手に入るなら使いたい」等の発言があった。
- 今回の商談会のように、日本食レストランや内陸の成都という新しい販売先での市場を開拓することにより、さらに中国向けの輸出が拡大されることが期待される。



会場の様子



参加者に提供された
切り花と日本酒

フラッグシップ輸出産地の認定

- 海外の規制やニーズに対応して継続的に輸出に取組み、輸出取組の見本となる産地を「フラッグシップ輸出産地」として花きから2産地が認定。

<2024年認定>

(1) 高松盆栽輸出振興会（香川県高松市、綾川町）

- 高松市を中心に生産される盆栽の輸出拡大を図るために設立された団体。各国の輸出条件に対応した防除暦の作成のほか、研修会を実施し、輸出条件に対応した栽培技術の普及を図っている。

(2) 赤石五葉松輸出振興組合（愛媛県四国中央市、西条市、新居浜市、香川県高松市）

- EU向け赤石五葉松盆栽を生産販売する団体。検疫対応のための栽培管理、栽培地検査を受けるなど規制に対応した生産管理体制を整備。スペインやオランダの卸売業者との関係を構築し、直接輸出に取り組んでいる。



輸出研修会
（高松盆栽輸出振興会）



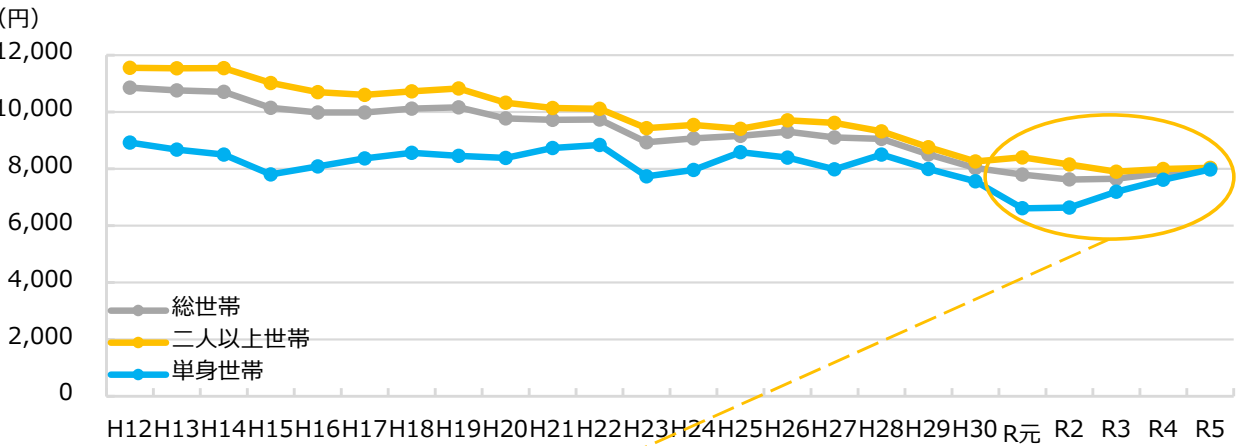
ローマ教皇へ寄贈
（赤石五葉松輸出振興組合）

4. 花きの消費

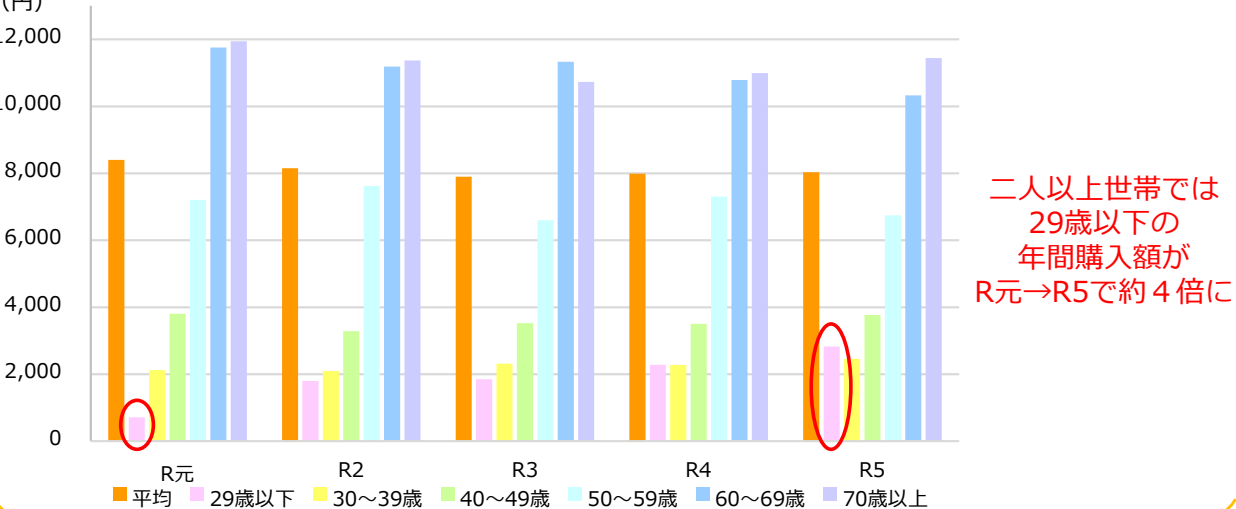
(1) 花きの消費の現状

- 切り花の1世帯あたり年間購入額は、長期的に見ると減少傾向であったが、近年は横ばいで推移。
- 世帯主の年齢別で見ると、若年層ほど購入金額が低い傾向にあるが、コロナ禍での外出自粛によるホームユースの増加やサブスクリプション等の購入方法の多様化により、特に29歳以下の若年層での購入額が増加。

<切り花 1 世帯あたり年間購入額の推移>



二人以上世帯の切り花 1 世帯あたり年間購入額



二人以上世帯では
29歳以下の
年間購入額が
R元→R5で約4倍に

【花のサブスクリプション】

- コロナ禍を契機に、花のサブスク利用者が急増。
- 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。

【SNSを活用したPR・販売】

- オンライン販売を行うフラワーギフト専門店では、SNS投稿に注力。
- 10、20代の若年層の利用も多く、特に成人式や卒業式などで花を贈る文化が年々定着。SNSが花の購入へのハードルを下げている。

出典：2024.6.19 日本農業新聞

「家計調査年報（総務省統計局）」を基に作成。
※平成20年以降の金額は、「（農林漁家を含む）二人以上の世帯」の金額。それ以外は「農林漁家を除く二人以上の世帯」の金額となっている。
※総世帯については年齢別の内訳は公表されていない。