

# 花きをめぐる情勢



いいこと  
あった日、  
花を買う。

---

花っていいよね。キャンペーン

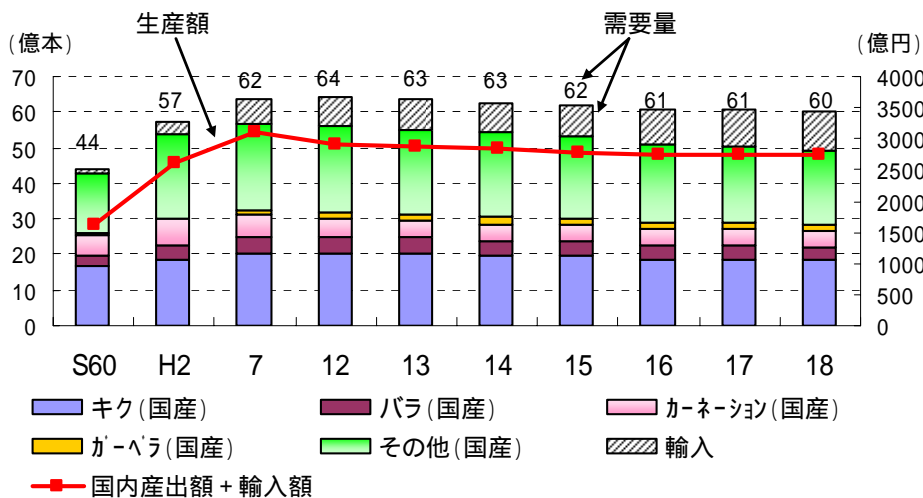
平成20年3月  
花き産業振興室

# 現状

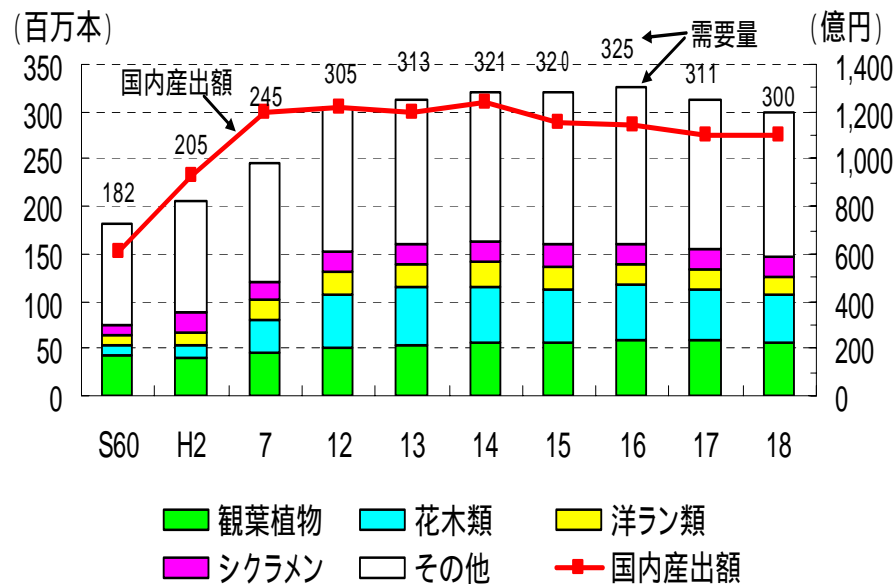
## 1 需給状況(1)

切り花類の需要は、キク、バラなどの主品目を中心に近年横ばいないし微減傾向  
鉢ものの類の需要は、平成16年までは増加傾向にあったが、平成17年より減少へ

### 切り花類の需要量及び生産額の推移



### 鉢ものの類の需要量及び国内産出額の推移



資料：農林水産省統計部「花き生産出荷統計」、農産園芸局「花き類の生産状況等調査」  
植物防疫所「植物検疫統計」  
注) 需要量 = 国内生産量 + 輸入量 生産額 = 国内産出額 + 輸入額 としている。  
H18は速報値。S60、H2は農産園芸局「花き類の生産状況等調査」の数値。

資料：農林水産省統計部「花き生産出荷統計」、農産園芸局「花き類の生産状況等調査」  
注) 鉢ものの類の輸入量は全体と比較して少量と見られ、数量の把握も困難であるため、  
ここでは需要量 = 国内生産量としている。  
H18は速報値、S60、H2は農産園芸局「花き類の生産状況等調査」による。

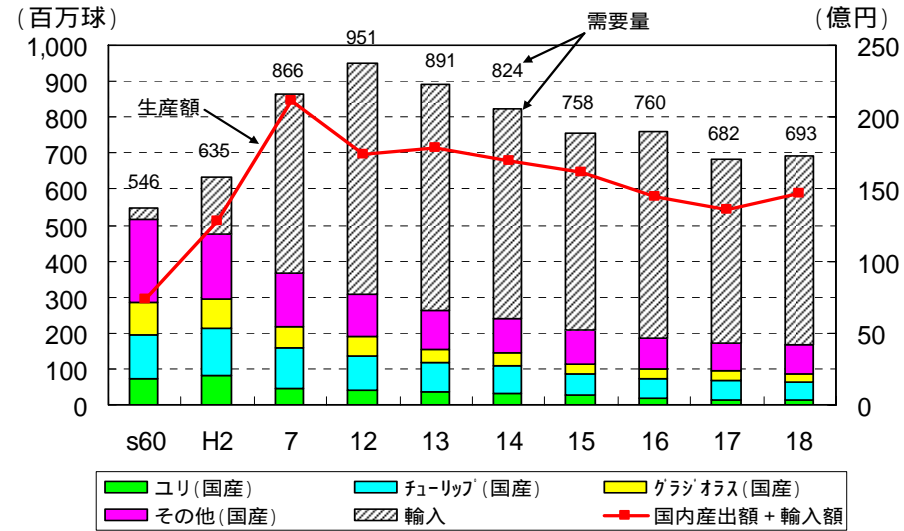
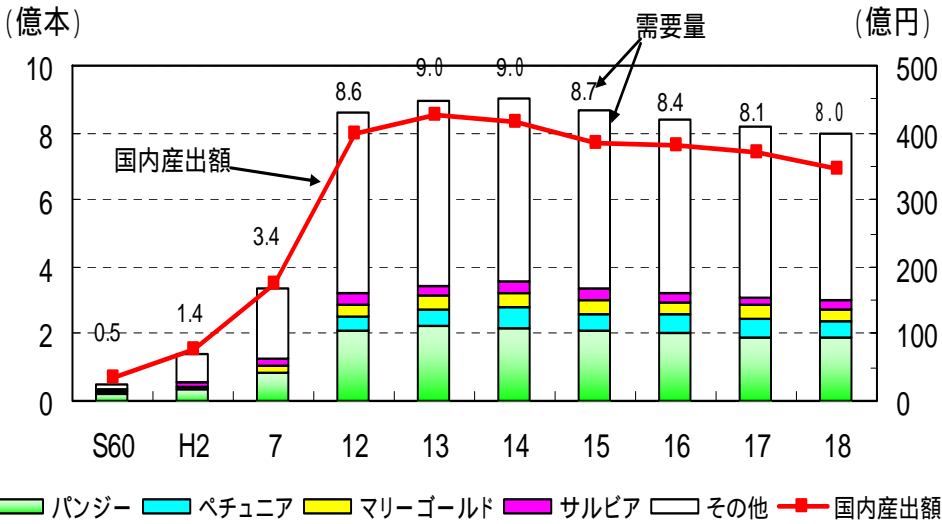
# 1 需給状況(2)

花壇用苗ものの類の需要は、ガーデニングの普及・定着により増加していたが、平成15年より減少傾向  
 球根類の需要は、消費者ニーズの多様化等により、平成17年までは減少傾向にあったものの、平成18年は微増



花壇用苗ものの類の需要量及び国内産出額の推移

球根類の需要量及び生産額の推移



資料: 農林水産省統計部「花き生産出荷統計」、農産園芸局「花き類の生産状況等調査」  
 注) 花壇用苗ものの類の輸入量は全体と比較して少量とみられ、数量の把握も困難であるため、ここでは需要量 = 国内生産量としている。  
 H18は速報値。S60、H2は農産園芸局「花き類の生産状況等調査」による。

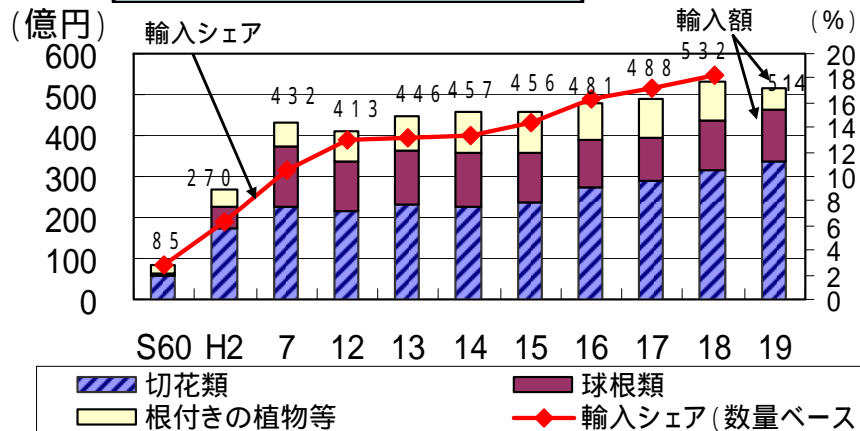
資料: 農林水産省統計部「花き生産出荷統計」、農産園芸局「花き類の生産状況等調査」、植物防疫所「植物検疫統計」  
 注) 需要量 = 国内生産量 + 輸入量 生産額 = 国内産出額 + 輸入額としている。  
 H18は速報値。S60、H2は農産園芸局「花き類の生産状況等調査」による。

## 2 輸入及び輸出の状況(1)

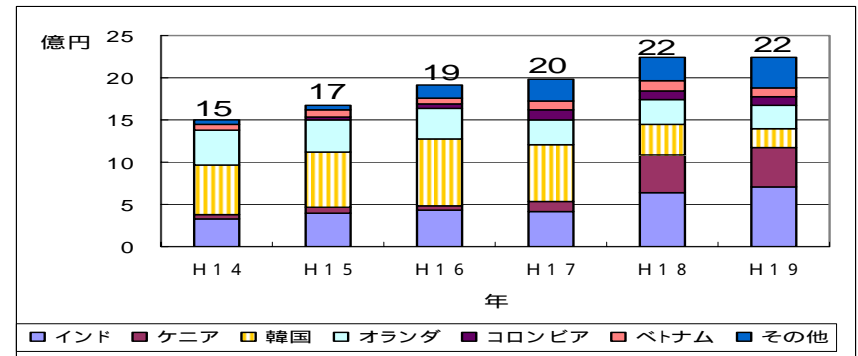
花きの輸入は、切り花類及び球根類が大部分。近年、切り花類は増加傾向で推移し、輸入シェア(数量ベース)は平成18年現在18%

主な輸入相手国は、キクはマレーシア、バラはインド、カーネーションはコロンビア

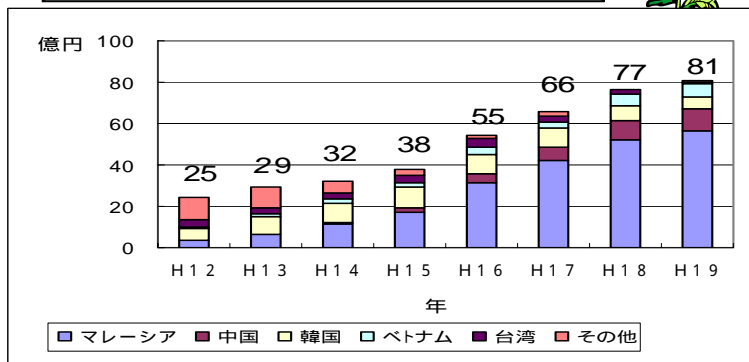
### 花きの輸入額の推移



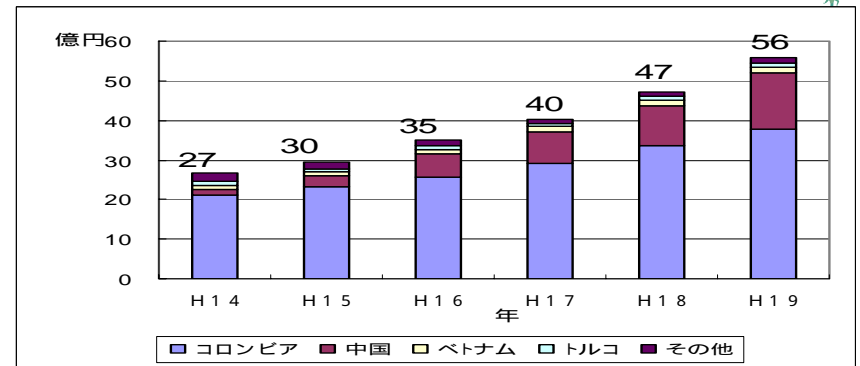
### バラの輸入額の推移(国別)



### キクの輸入額の推移(国別)



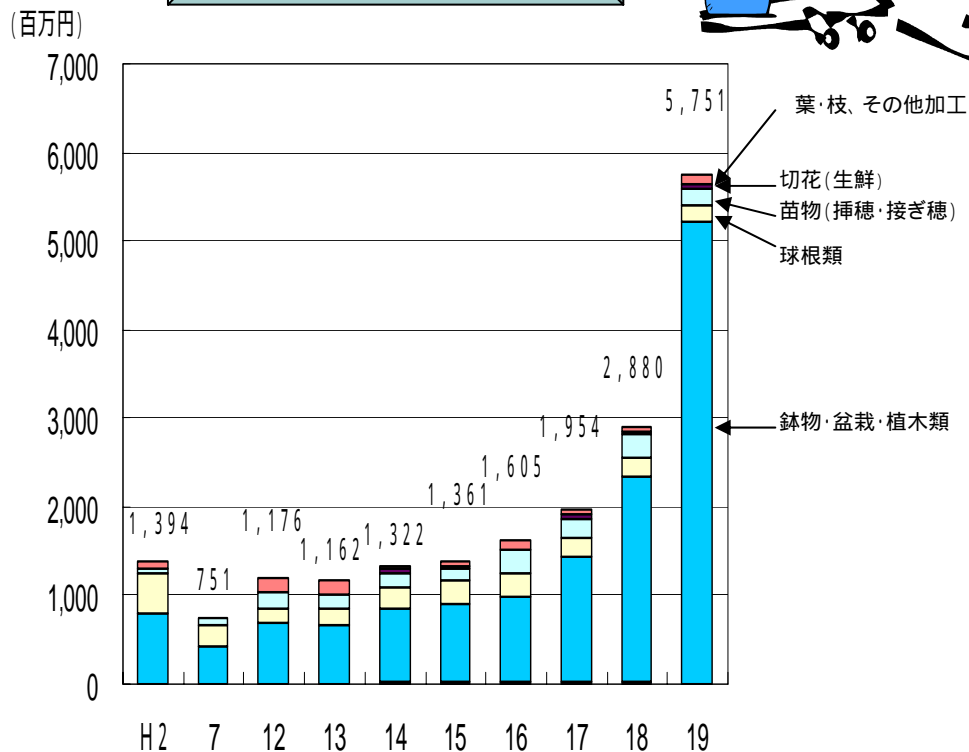
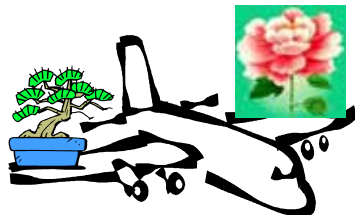
### カーネーションの輸入額の推移(国別)



## 2 輸入及び輸出の状況(2)

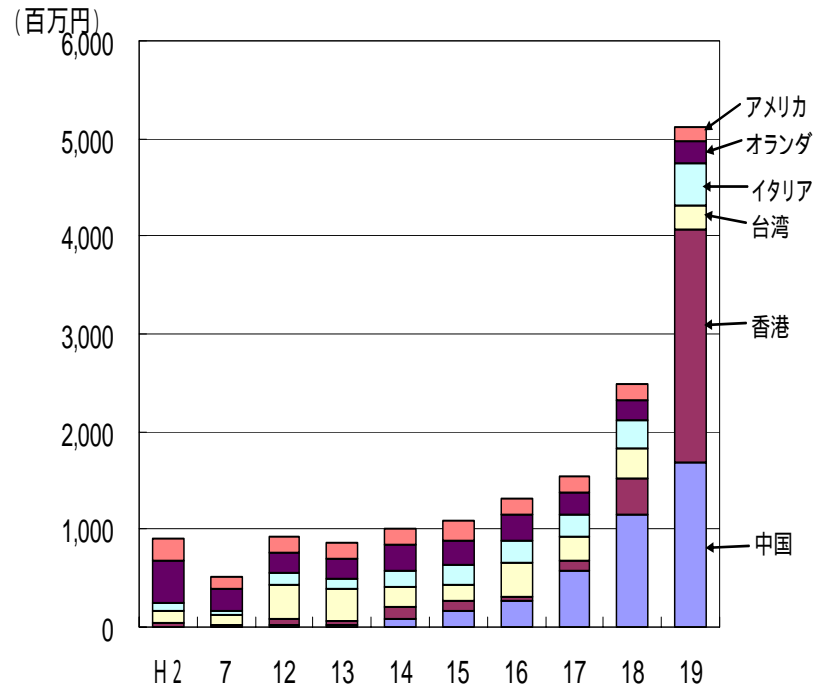
花きの輸出は、鉢物・盆栽・植木類を中心に、近年、大幅に増加。19年は対前年の2倍に。特に、中国、香港向けが、鉢物・盆栽・植木類を中心に急増

花きの輸出額の推移



資料: 財務省「貿易統計」

主要国別花きの輸出額の推移



資料: 財務省「貿易統計」

### 3 生産の状況(1)

花きの販売農家数は、8万1千戸(全販売農家数の4.1%)で減少傾向。核となる花き単一経営の認定農業者数は、平成16年までは増加傾向にあったが、その後減少  
農業産出額に占める花きの主業農家のシェアは、87%と他の品目に比べて高いシェア

#### 販売農家数の推移

(単位:千戸)

区分	H2	7	12	17
花き販売農家数	127	110	88	81
(総販売農家数に占める比率)	4.3%	4.1%	3.8%	4.1%

資料:統計部「農林業センサス」



#### 認定農業者数の推移

(単位:人)

区分	H9	12	13	14	15	16	17	18
認定農業者数	98,232	145,057	149,931	162,791	171,746	182,345	191,633	200,842
花き	7,486	11,238	11,696	12,474	13,031	13,848	14,224	14,001
うち単一経営	4,676	7,194	7,127	7,569	7,944	8,223	7,995	8,052

資料:経営局「農業経営改善計画の営農類型別認定状況」

注)各年3月末現在の認定農業者数

花きの認定農業者数は、花きの単一経営及び準単一複合経営の認定農業者の合計

#### 品目別にみた農業総産出額の農家類型別シェア(平成17年)

農業総産出額 85千億円(100%)

品目	農業産出額 (%)		農家類型別シェア		
	農業産出額 (千億円)	構成比 (%)	主業農家 38%	準主業農家 24%	副業的農家 37%
米	20	23			
麦類	2	2	76	9	15
豆類	1	1	76	9	15
いも類	2	2	83	9	9
芸芸農作物	3	4	85	7	9
野菜	20	24	82	8	11
果樹	7	8	67	16	18
花き	4	5	87	8	5
酪農	7	8	95		2 3
肥育牛	5	6	92		3 6
豚	5	6	92		2 5
その他	10	12			

資料:農林水産省「生産農業所得統計」、「2005年農林業センサス」、「経営形態別経営統計(個別経営)」

注1)主副業別シェアについては、「2005年農林業センサス」、「経営形態別経営統計(個別経営)」より推計。

注2)「その他」には、農業産出額シェアの小さい複数の品目が含まれるため、主副業別シェアは示していない。

注3)17年の産出額は概数値。

### 3 生産の状況(2)

花きの産出額は、4千8百億円(農業総産出額の5.8%)で、平成10年頃をピークに全品目を通じて減少傾向

花きの作付け面積は、3万7千ha(全耕地面積の0.8%)で、国内需要が伸びない中で、輸入が増加し、栽培農家数の減少等に伴い、平成10年頃をピークに花木類、切花類を中心に減少傾向

産出額の推移

(単位:億円)

区 分	S60	H2	7	12	13	14	15	16	17	18
花き産出額 (農業総産出額に占める比率)	4,145 3.6%	5,573 4.8%	6,233 6.0%	5,867 6.4%	5,714 6.4%	5,706 6.4%	5,470 6.2%	5,209 6.0%	4,997 5.9%	4,794 5.8%
切花類	1,577	2,444	2,894	2,682	2,643	2,621	2,551	2,485	2,462	2,424
鉢ものの類	612	930	1,194	1,219	1,199	1,242	1,159	1,146	1,104	1,104
花壇用苗もの類	36	77	174	400	426	416	383	382	372	347
花木類	1,751	1,832	1,679	1,371	1,256	1,242	1,179	1,009	892	763
球根類	66	74	65	53	47	42	38	31	29	27
芝	81	176	174	87	89	90	97	87	80	77
地被植物類	22	39	53	55	54	53	63	69	59	52

資料:統計部「生産農業所得統計」、生産局(農蚕園芸局)「花き類の生産状況等調査」、「花木等生産状況調査」

注) H18の花き産出額の農業総産出額に占める比率は概算

作付面積の推移

(単位:千ha)

区 分	S60	H2	7	12	13	14	15	16	17	18
花き作付面積 (全耕地面積に占める比率)	36.2 0.6%	45.7 0.9%	48.4 1.0%	45.5 1.0%	44.5 1.0%	43.5 0.9%	42.0 0.9%	40.2 0.9%	37.9 0.8%	36.7 0.8%
切花類	13.1	16.6	19	19.7	19.4	19.1	18.7	18.3	17.9	17.5
鉢ものの類	1.3	1.7	1.9	2.2	2.1	2.2	2.2	2.2	2.1	2.1
花壇用苗もの類	0.3	0.4	0.8	1.7	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7	1.7
花木類	14.8	16.1	15	12.4	11.8	11.7	11	9.6	8.5	8.0
球根類	1.5	1.5	1.2	1.0	0.9	0.8	0.7	0.6	0.6	0.6
芝	5.1	9.2	10.5	8.4	7.5	7.1	7.6	7.7	6.9	6.8
地被植物類	0	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
露地	9.3	10.9	11.2	11.4	11.2	11.4	10.7	10.4	10.2	10.0
施設	5.4	7.9	10.4	12.1	12.1	12.1	11.9	11.8	11.6	11.4

資料:統計部「耕地及び作付面積統計」、「花き生産出荷統計」、生産局(農蚕園芸局)「花き類の生産状況等調査」、「花木等生産状況調査」

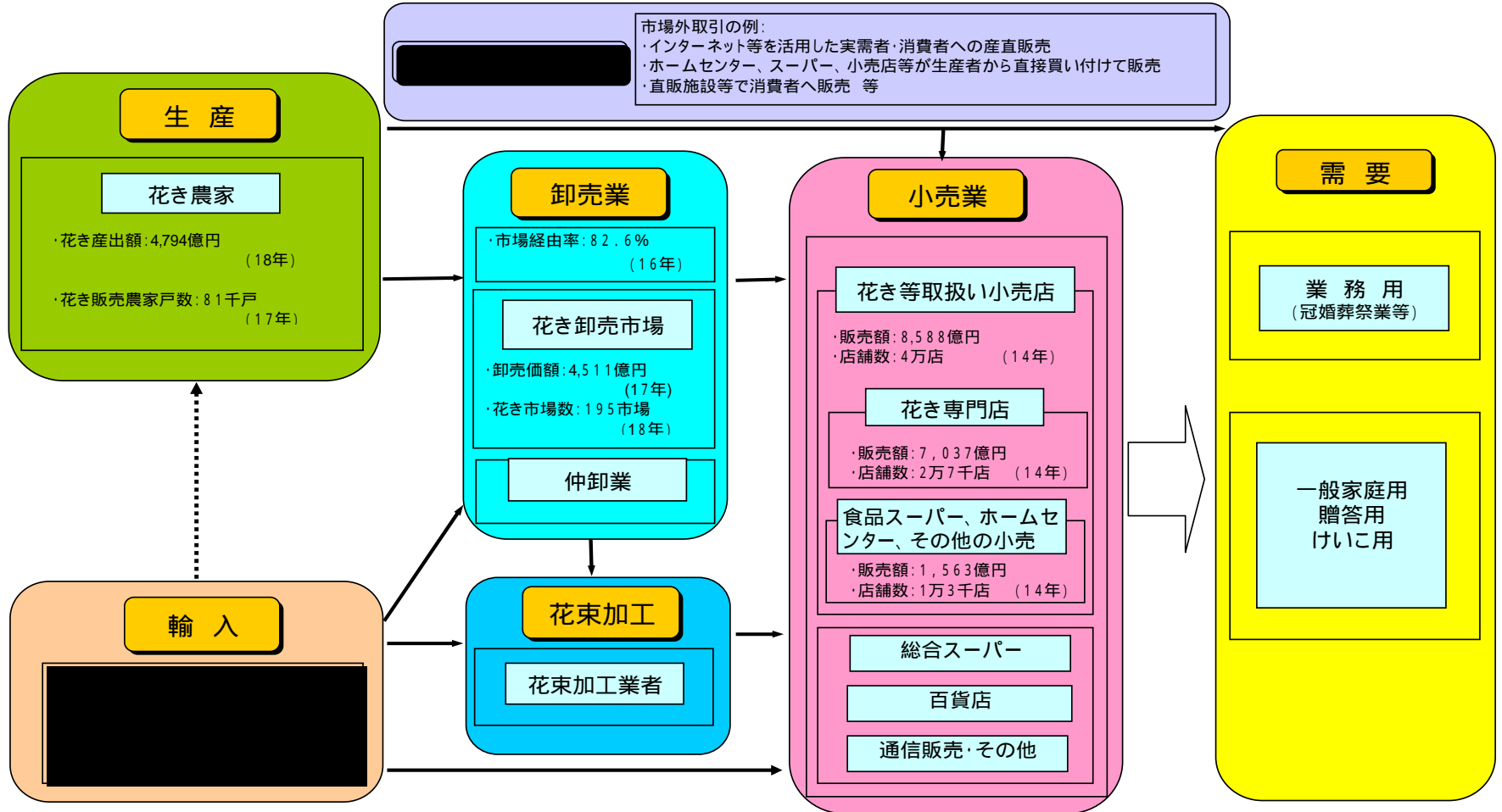
注) 露地、施設の面積は、切花類、鉢ものの類及び花壇用苗もの類の露地、施設面積の合計。



# 4 流通の状況

## (1) 花きの流通経路

花きの流通は、全国の産地から卸売市場に花きが集められ、価格形成後、仕入れた花きを小売店が実需者・消費者に販売する方法が中心。市場経由率は約83%



資料：財務省「日本貿易月表」、経済産業省「商業統計」、農林水産省「農林業センサス」、「花き生産出荷統計」、「生産農業所得統計」、農林水産省園芸課及び流通課調べ



## (2)卸売と小売の状況

花き卸売市場は、中央と地方合わせて195市場。年間取扱高は4500億円  
 卸売価額は、切り花類は横這い、鉢物類は小鉢化のため減少傾向で推移  
 花き等取扱い小売業は約4万店、年間の販売額は約8,600億円  
 花きの小売価格に占める小売経費等は約6割

### 花き卸売市場数の推移

	H2	7	9	11	12	13	14	15	16	17	18
中央卸売市場	17	20	23	23	23	24	24	25	25	25	24
地方卸売市場	234	198	189	187	187	184	180	177	177	171	171
合計	251	218	212	210	210	208	204	202	202	196	195

資料：農林水産省総合食料局流通課調べ

注)中央卸売市場は各年度の年度末現在、地方卸売市場数は各年度の4月現在の値である。

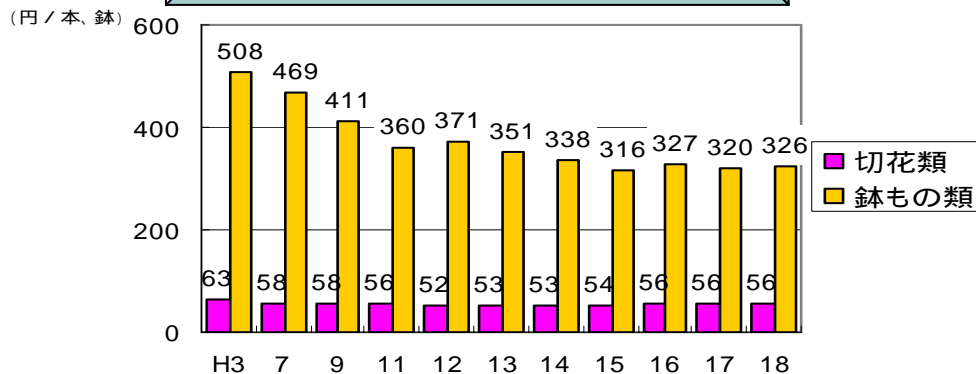
### 花き卸売市場の取扱高及び市場経由率の推移

	H2	7	9	11	12	13	14	15	16	17
中央卸売市場	833	1,396	1,525	1,474	1,392	1,556	1,555	1,581	1,553	1,537
地方卸売市場	3,721	3,774	4,006	3,742	3,392	3,319	3,249	3,112	3,027	2,974
合計	4,554	5,170	5,531	5,216	4,784	4,875	4,804	4,693	4,580	4,511
卸売市場経由率	82.3	81.9	85.5	83.7	79.1	79.6	79.7	80.9	82.6	-

単位：億円、%

資料：農林水産省総合食料局流通課調べ

### 切花類・鉢物類の卸売価格の推移



資料：農林水産省統計部「花き流通統計調査報告」

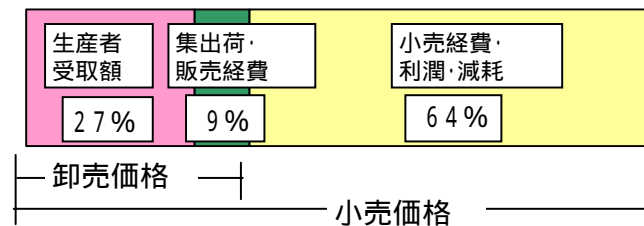
### 花き等取扱い小売業の商店数及び花き等販売額

区分	商店数			販売額		
	6	9	14	6	9	14
花き等専門小売業	26,300	26,692	27,170	7,388	7,708	7,037
各種食料品小売業(食品スーパー)	3,234	4,589	4,764	166	266	182
家具・建具・じゅう器(ホームセンター)	919	1,033	709	281	258	328
その他小売業	4,577	6,350	7,765	523	882	1,053
花き等取扱い小売業計 (百貨店、総合スーパーを除く)	35,030	38,664	40,408	8,357	9,113	8,588

単位：店、億円

資料：経済産業省「商業統計表」

### 花き流通における経費内訳



資料：農林水産省統計情報部「平成13年花き流通コスト事例調査結果」(試算)

注1)花き全体(切花、鉢もの、花壇用苗もの類)の平均の小売価格を100とした場合の各段階の経費等の割合。

注2)花きの流通経費は仲卸を通さない流通経路で計算している。

注3)生産者受取額には、生産者の選別・荷造労働費を含む。

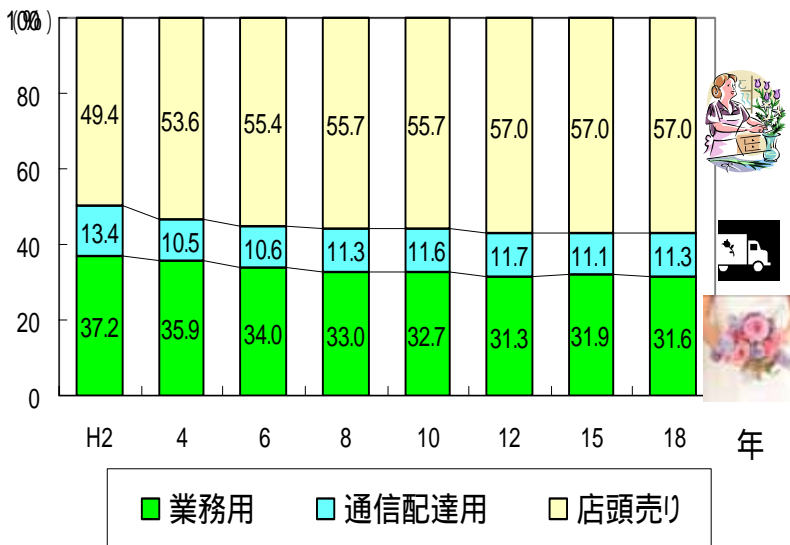
## 5 消費の状況(1)

切り花の消費は、家庭用などの店頭売りが増加傾向にあったが、平成12年前後をピークに横ばいへ

切り花及び園芸品・園芸用品の1世帯当たりの購入金額は減少傾向にあったものの、近年は横ばい

切り花及び園芸品・園芸用品を1年間に1度も購入したことの無い世帯の割合は各々6割と7割

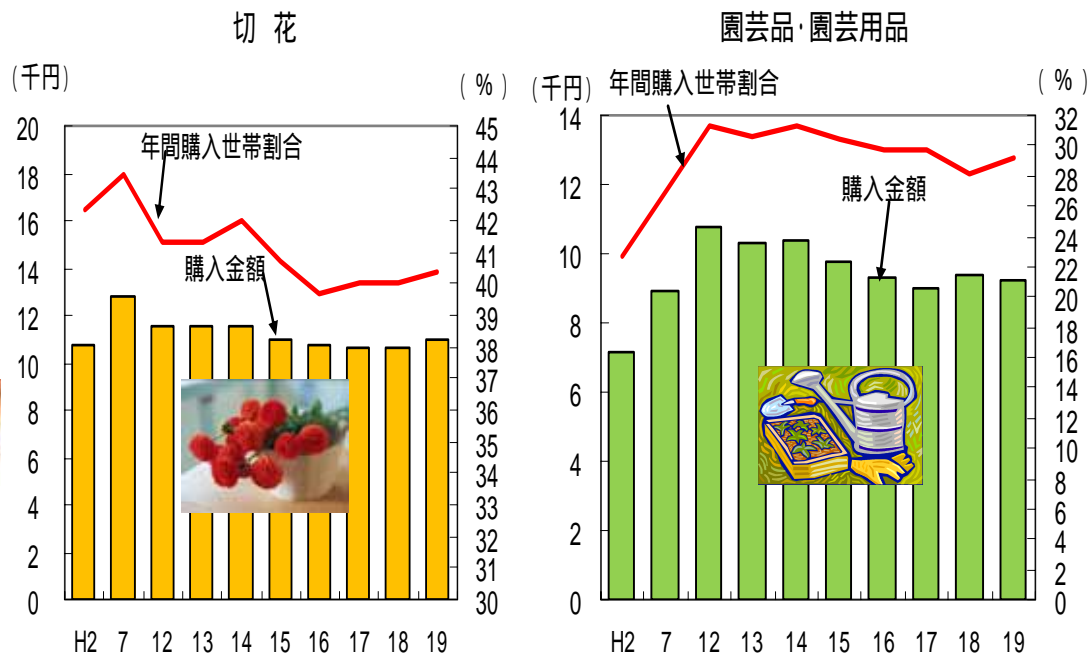
### 切り花需要形態の推移



資料：農林水産省「花き需要別消費状況調査」

注) 店頭売りは、家庭用、贈答用。業務用は冠婚葬祭用、稽古用等。

### 花きの世帯当たり購入金額及び年間購入世帯割合の推移



資料：総務省「家計調査年報」

注) 園芸品・園芸用品とは、鉢植えの植木、草花の種、肥料等

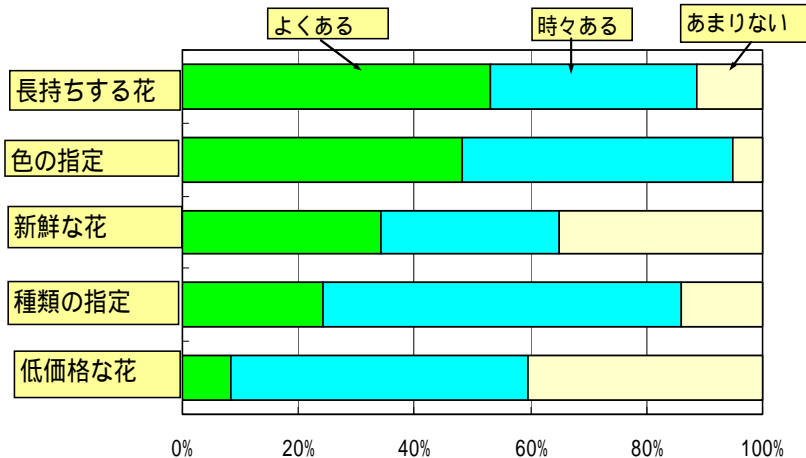
年間購入世帯割合とは、1年間に1度も購入のあった世帯の割合

## 5 消費の状況(2)

消費者は、日持ちの良い切り花や手頃な価格の花きを求める一方で、花の色や種類を指定するなど、そのニーズは多様化

消費者ニーズの変化に伴い、平成18年の流通量の多い品種が平成13年と比べて大きく変化

消費者の切り花に関する要望



資料：農林水産省「平成18年度花き販売状況調査」



主要な花きの品種別流通動向

単位：本

品目名	順位	H13(4市場)		H18(9市場)	
		品種名	流通量	品種名	流通量
バラ(スタンダード)	1	ローテローゼ	7,894,773	ローテローゼ	10,390,002
	2	ノブレス	2,915,566	ティネケ	4,808,210
	3	ティネケ	2,778,946	ノブレス	3,718,631
	4	パレオ90	2,206,526	スタンダード(ソノタ)	2,638,489
	5	バラ	2,074,876	テレサ	2,232,369
キク(輪ギク)	1	精興の誠	22,673,806	神馬	60,586,238
	2	神馬	15,595,049	精興の誠	23,512,125
	3	岩の白扇	14,328,796	岩の白扇	20,527,090
	4	秀芳の力	7,076,540	フローラル優香	11,986,695
	5	精興の秋	6,011,980	精興の秋	8,441,979
カーネーション(スタンダード)	1	フランシスコ	5,842,615	マスター	7,341,684
	2	ジュリエットローズ	2,244,702	フランセスコ	3,354,084
	3	ピンクフランシスコ	2,180,730	ネルソン	3,183,313
	4	ノラ	1,922,480	エクセリア	2,787,578
	5	エクセリア	1,772,785	シルクロード	2,302,065
ガーベラ	1	ガーベラ	3,183,406	スタンダード(ソノタ)	2,657,278
	2	イリュージョン	1,114,475	バナナ	1,717,210
	3	ミノー	847,020	キムセイ(=キムシー)	1,181,311
	4	ランバダ	700,730	(ソノタ)	1,154,451
	5	パープルレイン	587,180	ティアラ	1,152,064

資料：日本花き取引コード普及促進協議会「花きの品種別流通動向分析について」

注1)     は、H13年に順位5位までのランクになく、H18年に順位5位内に入った品種

注2) 品種名の前に「」がついているものは、輸入ものなどで品種が特定されず流通されている

もの

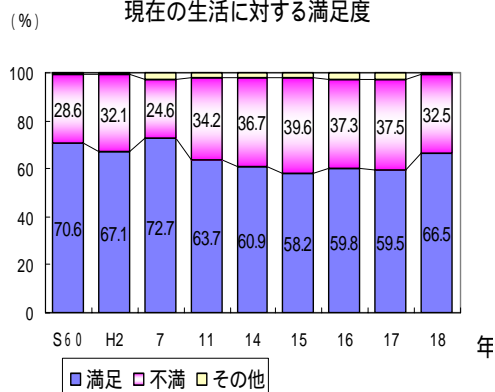
# 施策の方向

## 1 花を暮らしに取り込む活動の推進(1)

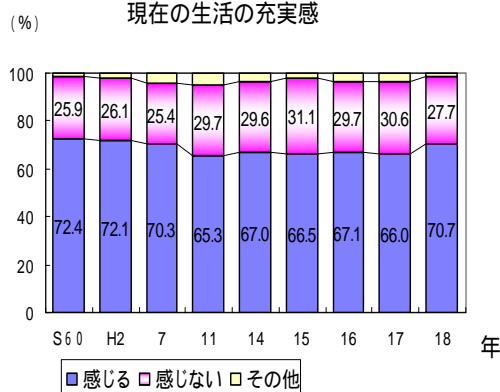
現在の生活について、不満を感じる人や充実感を感じない人が長期的には増加の傾向  
また、心の豊かさ、ゆとりが重視される中、花きの重要性は高まると期待

### 国民の生活に関する意識

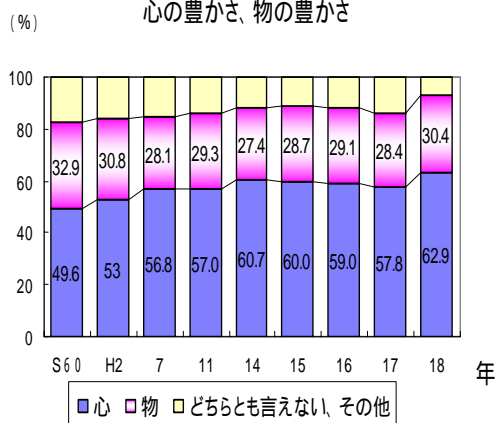
現在の生活に対する満足度



現在の生活の充実感



心の豊かさ、物の豊かさ



資料：内閣府「国民生活に関する世論調査」  
注)「心の豊かさ」：物質的にある程度豊かになったので、これからは心の豊かさやゆとりのある生活することに重きをおきたい  
「物の豊かさ」：まだまだ物質的な面で生活を豊かにすることに重きをおきたい。

### 花の効用



生活空間を飾る

(フラワーデザイン、生け花、盆栽、寄せ植え等)

気持ちを伝達する

(母の日、花言葉、故人を表敬する仏花)



快適環境を創造する

(屋内緑化、景観形成、都市緑化、屋上・壁面緑化等)

人を繋ぎ、コミュニティを創造する

(花のまちづくり、オープンガーデン活動、



園芸博覧会等の花きイベント、フラワーリズム等)

福祉を増進する

(花き園芸福祉、科学・情操教育等)



農林水産省「花き産業振興方針(H17.3)」より

# 1 花を暮らしに取り込む活動の推進(2)

花きを取り入れた潤いのある生活の実現のため、花きの普及・啓発が必要  
消費者ニーズの多様化を踏まえ、花き業界はニーズに応えた適切なサービスを提供することが必要

## 花きを取り入れた潤いのある生活実現に向けた取組

### 1. 花のあるライフスタイルの提案

・若年層や40歳代男性等の無購買層をターゲットに、「花にまつわるちょっといい話、泣ける話」を公募し、選定された最優秀作品のPRポスター等を作製し、東京・大阪の地下鉄車内等に掲示【写真1】

### 2. ジャパンフラワーフェスティバル

・我が国最大級の花きのイベントとして毎年度開催し、フラワーコンテスト等を実施(平成19年度は6月1日(金)～3日(日)に埼玉県で開催)【写真2】

### 3. 花のまちづくりコンクール

・毎年、花を用いて美しい、潤いのある生活環境の創出に取り組む個人、団体等を広く顕彰(農林水産大臣賞、国土交通大臣賞等を授与)【写真3】

### 4. 花きの普及啓発資料の作成・配布

・花き業界統一のシンボルマークとコミュニケーション・ワードを策定し(平成18年)、ステッカー等の配布など「花っていいよね。キャンペーン」による普及啓発活動を実施

・19年度からは、花き業界が中心となった取組を実施



### 5. 花育活動の推進

・花きの多様な機能(情操の向上、地域コミュニケーションの創造等)に着目し、花きを教育、地域活動等に取り入れる取組を「花育」と位置付け、花き業界等が主体となった全国花育活動推進協議会を創設(平成20年3月)し、花育活動を全国的に推進【写真4】

## 消費者ニーズに応えるための民間の取組

### 1. 鮮度保持のため品質管理の高度化を徹底(流通段階の取組)

・花の鮮度保持のため、バケツで入荷した切り花を低温倉庫に保管したまま、取引は画像を介して行うことで、外気に接触せずに取引を行うなど、品質管理の高度化を徹底。(地方中核都市・地方卸売市場)

### 2. 生活シーンに合わせた花の楽しみ方を提案(小売段階の取組)

・パリのマルシェ(市場)を模した店舗を東京に出店し、リビングブーケ、ダイニングブーケ等で生活シーンに合わせた花の楽しみ方を提案。また、切り花以外にハサミ等のオリジナル商品を販売。(A社の取組)

### 3. 価格を常時一定にした花き販売(小売段階の取組)

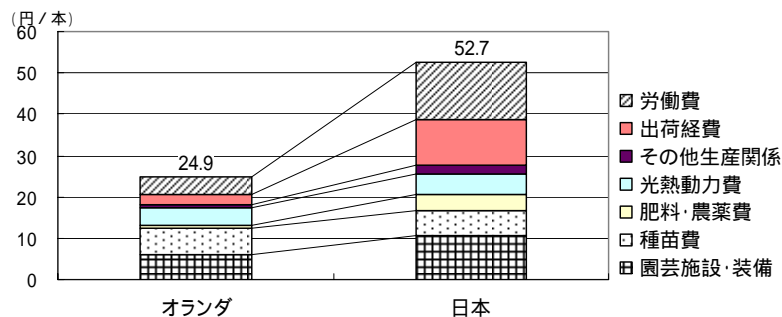
・花きのロス率を年間平均で10%以下に抑えて、価格を常時一定にした花き販売を実現。また、鮮度を全面に出し花持ちを保証。(B社の取組)



## 2 競争力強化に向けた花き産地の生産供給体制の確立(1)

我が国の花き生産の競争力を強化していくためには、省力多収栽培技術の導入、作業の機械化・自動化による省力化、低コスト耐候性ハウスの導入による施設・設備費の低減等を図ることが必要

### スプレーギク生産コストの日蘭比較(切り花1本当たり)



資料 日本: 愛知県事例(H14)  
オランダ: Groenten-suijbloemen-potplanten「kwantitatieve Informatie voor de Glauitnbouw」(H12)

### 主な低コスト生産の方法

#### 単収の増加

- ・ホームコース用短茎多収生産技術の導入
- ・共同育苗施設の導入による育苗の省力化・種苗コスト低減

#### 省力化

- ・養液土耕栽培の導入による肥料費等の低減
- ・ムービングベンチ、自動給水システム等省力化施設の導入による栽培管理労力の低減

#### 施設・設備費の低減

- ・低コスト耐候性ハウス、超低コスト耐候性ハウスの導入



(養液土耕栽培)



(低コスト耐候性ハウス)

### 経営部門別の収益性・労働時間の比較

		粗収益	農業所得	作付面積	家族農	農業固定	自営農業
		(千円)	(千円)	10a 当	労働時	資産1000	労働時間
				たり農	間当	円当	(h)
				業所	たり	たり	
				得	所得	農所得	
				(千円)	(円)	(円)	
野菜	施設野菜作経営	6,929	3,057	785	849	756	4,088
	露地野菜作経営	3,088	1,445	181	687	883	2,202
果樹	みかん	3,075	967	126	182	146	1,889
	りんご	3,913	1,571	154	308	309	2,816
花き	施設花き作経営	10,514	<b>3,243</b>	832	811	<b>434</b>	<b>4,960</b>
	露地花き作経営	4,605	2,286	309	848	1,252	3,089

資料: 農業経営統計調査 平成17年 個別経営の営農類型別経営統計(野菜作・果樹作・花き作経営)

地方の自主性・裁量性を高めた「強い農業づくり交付金」や新たに開発された革新技術・品種等を導入するための「未来志向型技術革新対策事業」により支援

## 2 競争力強化に向けた花き産地の生産供給体制の確立(2)

国産花きが安定的な需要を確保するためには、高品質や個性的なものを求める消費者ニーズに応じて付加価値を高め、差別化やブランド化を推進することが必要

このため、日持ちの良い花きの供給に有効なバケット等による湿式低温流通の導入、新規性の高いオリジナル品種の開発・導入、花きにおける産地表示の推進、生産・出荷者と小売業者等との連携強化の促進等を推進

### 差別化やブランド化を推進するための主な取組

#### 日持ちの良い花の供給

- ・バケット等による湿式低温流通の導入
- ・日持ち・鮮度の良さをアピールした販売
- ・オリジナル品種の開発・導入
- ・ジャパンフラワーセレクションでの新品种の評価、入賞品種のPR



#### 花きにおける産地表示

- ・花き業界全体で取り組むための産地表示のあり方、浸透の仕方についての検討、報告書の取りまとめ

#### 生産・出荷者と小売業者等との連携

- ・花き生販連携促進交流大会の開催【写真1】
- ・小売りの持つ消費者ニーズに対応した品目・品種の選定(生産側)
- ・品種の特長等生産情報を活かした飾り方等の消費者への提案(小売り側)



写真1

### バケット等による湿式低温流通の出荷状況

(流通量: 百万本)	切花		うちバラ	
	バケット湿式 低温流通量	バケット湿式低 温流通率	バケット湿式低 温流通量	バケット湿式低 温流通率
11年	14.7	0.3	9.1	1.9%
12年	19.5	0.3	12.7	2.8%
13年	34.5	0.6	20.2	4.5%
14年	56.5	1.0	34.6	7.9%
15年	75.5 (142.9)	1.4% (2.7%)	39.4 (69.2)	9.5% (16.7%)
16年	96.7 (215.0)	1.9% (4.2%)	51.3 (122.9)	12.6% (30.2%)
17年	109.8 (247.5)	2.2% (4.9%)	59.3 (139.1)	15.2% (35.6%)
18年	137.4 (315.7)	2.8% (6.4%)	64.9 (148.5)	17.6% (40.2%)

資料:農林水産省及び(社)日本花き卸売市場協会調べ

注1) バケット湿式低温流通量は、再利用タイプバケットによる流通量。

注2) ( )は、再利用タイプとワンウェイタイプを含めた湿式輸送の合計。



### 花きの新品种登録件数等の状況

年 度	14	15	16	17	18
新品种登録件数(件)(草花類及び鑑賞樹)	894	590	897	933	986
日本花き取引コード新規登録件数(件)	3,603	8,940	4,045	3,265	3,138

資料:農林水産省種苗課調べ及び日本花き取引コード普及促進協議会「日本花き取引コード」

注)「日本花き取引コード」は、花き流通の大型化・広域化、販売の多様化等に対応するため、国内で流通している花きの品種に対し、5桁のコード番号を割り当て、迅速な物流、事務処理の効率化等花き流通の合理化を図るものである。通常、生産者等は、市場に新品种を出荷するに当たり、日本花き取引コードにその品種を新規登録する。

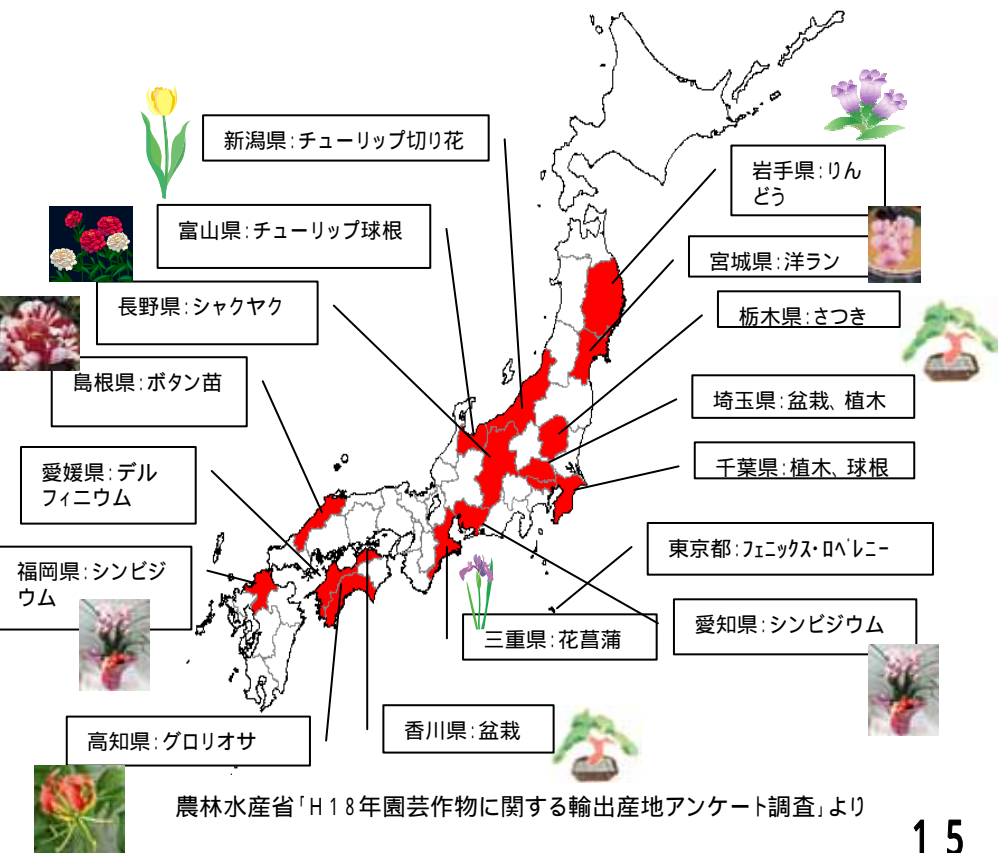


## 2 競争力強化に向けた花き産地の生産供給体制の確立(3)

アジア諸国における富裕層の増加等花きの輸出機会は増加。このようなチャンスをつえ、「攻め」の姿勢で、「農林水産物等の輸出額を平成25年度までに1兆円規模」の目標達成に資するため、花きの輸出を強力に推進

### 花きの輸出事例

国土地理院承認 平13総機 第367号



### 花きの輸出拡大のための主な取組

#### 産地・業界関係者輸出意欲の向上

- ・民間主体の全国組織として「全国花き輸出拡大協議会」を立ち上げ(平成19年9月27日設立)

#### 相手国や海外の有用情報収集

- ・各種調査の実施
- ・セミナー等の開催

#### 効果的なPR活動の実施

- ・展示・商談会の実施(平成20年1月24日～27日にドイツのエッセンで実施) [写真1, 2, 3]

#### 高品質・安定的輸出体制の強化

- ・切り花の遠距離輸送技術の開発など



写真1



写真2



写真3