

# 花きの現状について



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 2 6 年 4 月

農林水産省

## 目 次

はじめに 花きの定義 .....	1
1 花きの特性 .....	2
2 花きの需給構造 .....	3
3 花きの生産動向 .....	5
4 花きの流通 .....	11
5 花きの輸入 .....	12
【参考】国産シェアの奪還 .....	13
6 花きの消費 .....	14
7 花きの国際的評価 .....	16
8 花きの輸出 .....	17
9 オリンピック・パラリンピックに向けた取組 .....	22
【参考】都道府県別花き産出額 .....	24

# はじめに ～花きの定義～

○「花き」とは、観賞の用に供される植物をいう。具体的には、切り花、鉢もの、花木類、球根類、花壇用苗もの、芝類、地被植物類をいう。

「花き」の定義について触れている書籍

**【広辞苑】**  
「観賞のために栽培する植物」


**【なんでもわかる花と緑の辞典】**  
(樋口春三著)  
「観賞用植物と同じ意味であり、通常は利用目的から①切り花類、②鉢物類、③花木類、④球根類、⑤花壇用苗物、⑥芝、⑦地被植物類などに区分される。」


**【花卉園芸総論】**(大川清著)  
「花卉は観賞用に栽培する植物全体を意味しており・・・花卉は栽培植物に用いられ、山採りする枝物やごく一部の趣味家だけが栽培する山野草は花卉に含めない。しかし、野生植物で改良されていないものでも、繁殖して継続的に広く栽培されるものは花卉に含めている。」

「生産農業所得統計」における分類上の「花き」

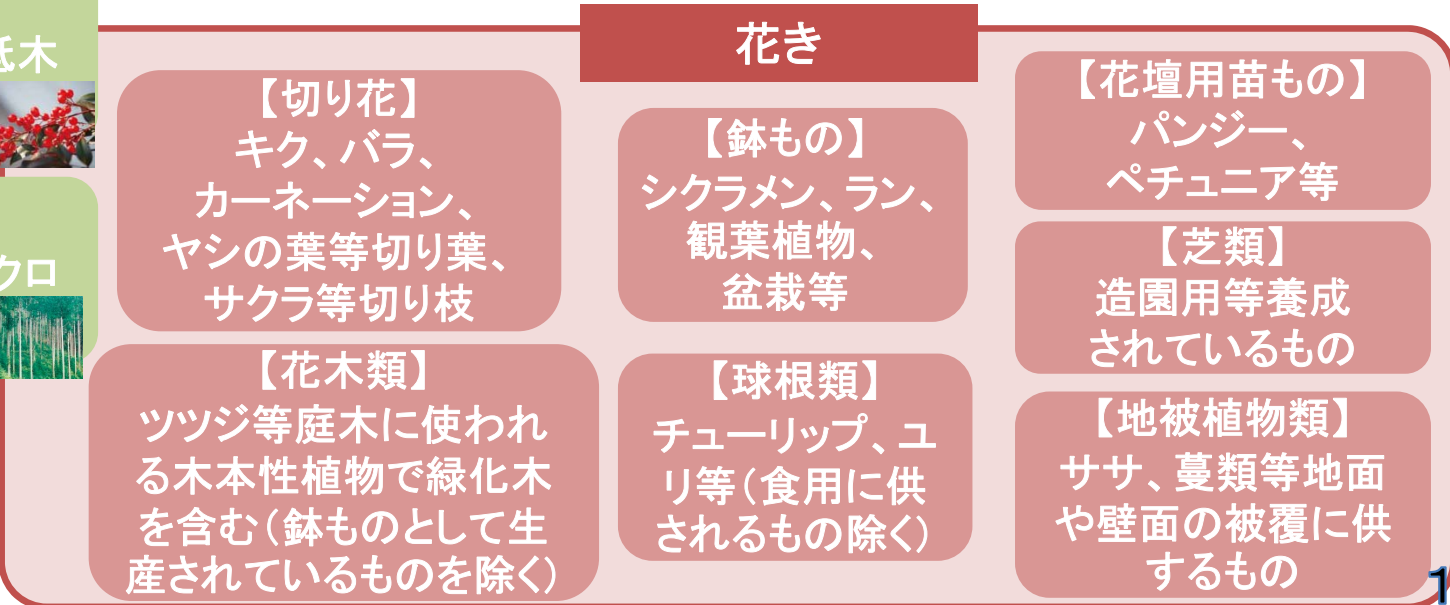
切り花	キク、バラ、切り葉、切り枝等
球根	チューリップ、ユリ等
鉢もの類	洋ラン類、観葉植物、花木類(盆栽含む)等

**【日本標準産業分類】(花き作農業)**  
「花きとは、切り花、切り葉、切り枝、球根、鉢物、花き苗、芝、植木など美観の創出ないし維持又は緑化などに供する目的で栽培されている植物をいう。」  
(花き作農業には盆栽業含む)

**【山野草】**  
野外に自生する草本、低木及び小低木の一部等 

**【林木】**  
スギ、ヒノキ、アカマツ、クロマツ、カラマツ等 

「山野草」や「林木」について明確な規定はないが、観賞用に仕立てをして栽培されているものは花きとして取り扱うことが妥当



# 1 花きの特性

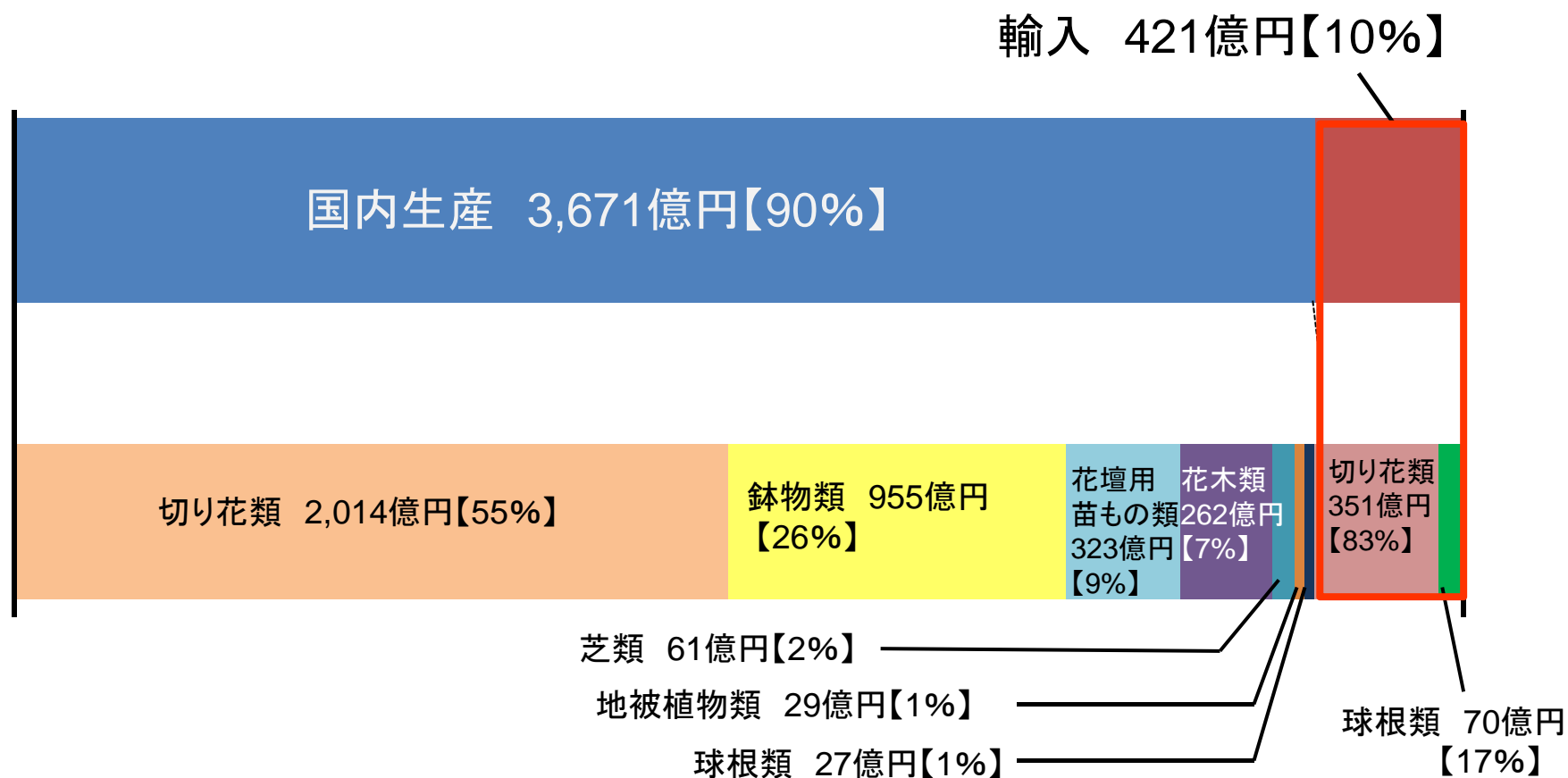
- 食生活の範囲の中で選択される野菜・果物と異なり、花きは冠婚葬祭、贈答用、装飾等、様々な使われ方をしている。
- 使われる用途、場面によって、種類、品種、色等が細かく異なる等、花きは、極めて嗜好性が高い品目。
- このため、花きの振興対策を行うにあたっては、他の野菜、果物等の品目以上に、細かいニーズをもとにした消費側(川下側)からみた対策を講じていく必要。

<p><b>キク</b></p> <p>産出額1位 627億円</p> <p>お葬式 仏花</p>  <p>輪ギク(白)</p>	<p><b>洋ラン</b></p> <p>産出額2位 310億円</p> <p>お祝い</p>  <p>コチョウラン (白、ピンク)</p>	<p><b>ユリ</b></p> <p>産出額3位 211億円</p> <p>装飾用 供花</p>  <p>オリエンタルユリ (ピンク、白等)</p> <p>鉄砲ユリ (白)</p>
<p><b>バラ</b></p> <p>産出額4位 181億円</p> <p>ブライダル 記念日</p>  <p>(ピンク等)</p> <p>(赤等)</p>	<p><b>庭園用苗木 花木類(鉢)</b></p> <p>産出額5・6位 176・156億円</p> <p>まちづくり</p>  <p>パンジー、 ペチュニア等 (黄、赤等)</p>	<p><b>カーネーション</b></p> <p>産出額7位 126億円</p> <p>母の日 ホームユース</p>  <p>(赤)</p> <p>(ピンク、黄)</p>

## 2 花きの需給構造(金額ベース)

- 花きの国内供給のうち、国内生産(金額ベース)は約9割であり、輸入品は約1割。
- 国内生産のうち約5割は切り花類であり、鉢物類、花壇用苗物類が続く。
- 輸入のうち約8割は切り花類であり、残りは球根類となっている。

### ○花きの需給構造(平成23年)

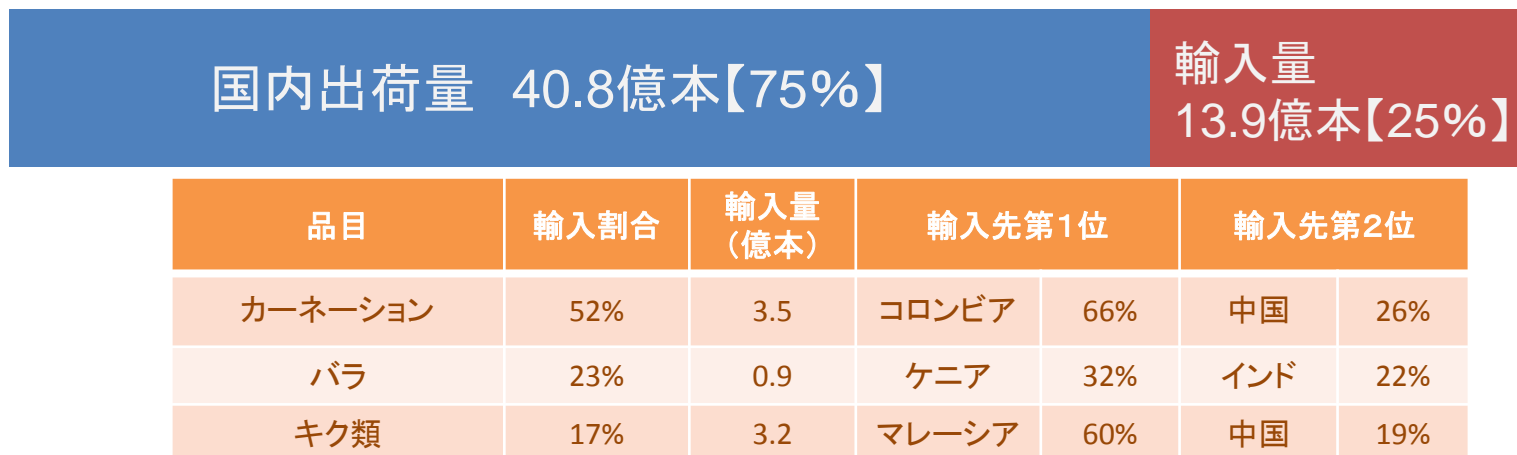


資料: 農林水産省「生産農業所得統計」、「花木等生産状況調査」、財務省「貿易統計」

## 2 花きの需給構造(数量ベース)

○切り花の輸入割合(数量ベース)は25%となっており、特にカーネーション、バラ、キク類の輸入割合が高い。輸入の主な相手国はコロンビア、マレーシア、ケニア等。  
 ○球根の輸入割合(数量ベース)は77%であり、大半はオランダからの輸入となっている。

### ○切り花の需給構造(平成24年)



### ○球根の需給構造(平成24年)

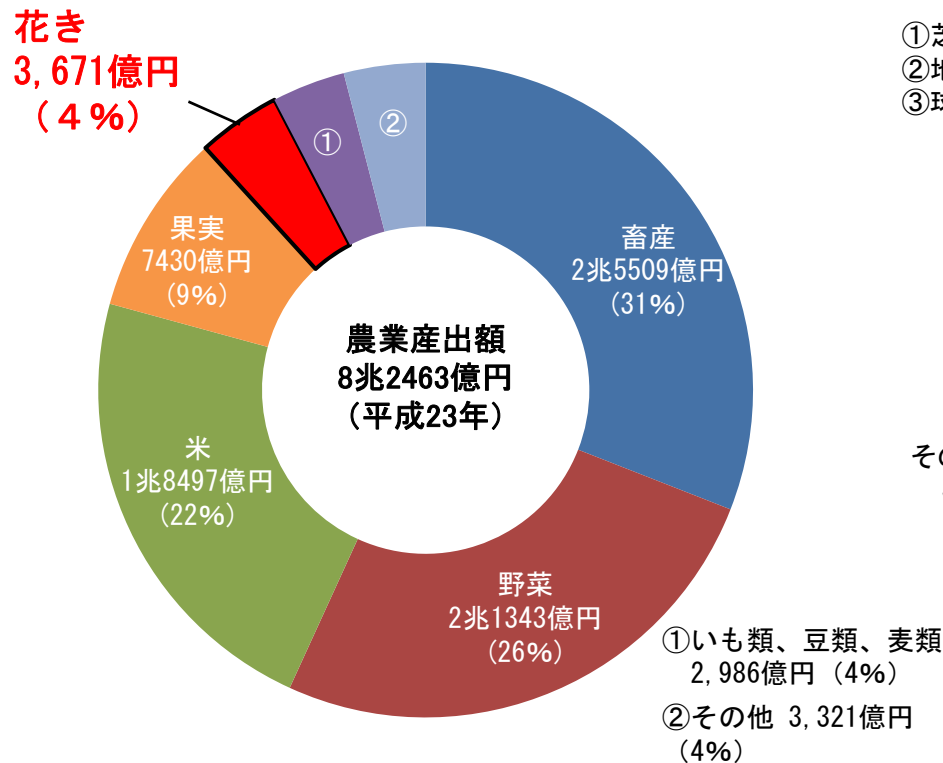


資料:農林水産省「生産農業所得統計」、「花木等生産状況調査」、財務省「貿易統計」

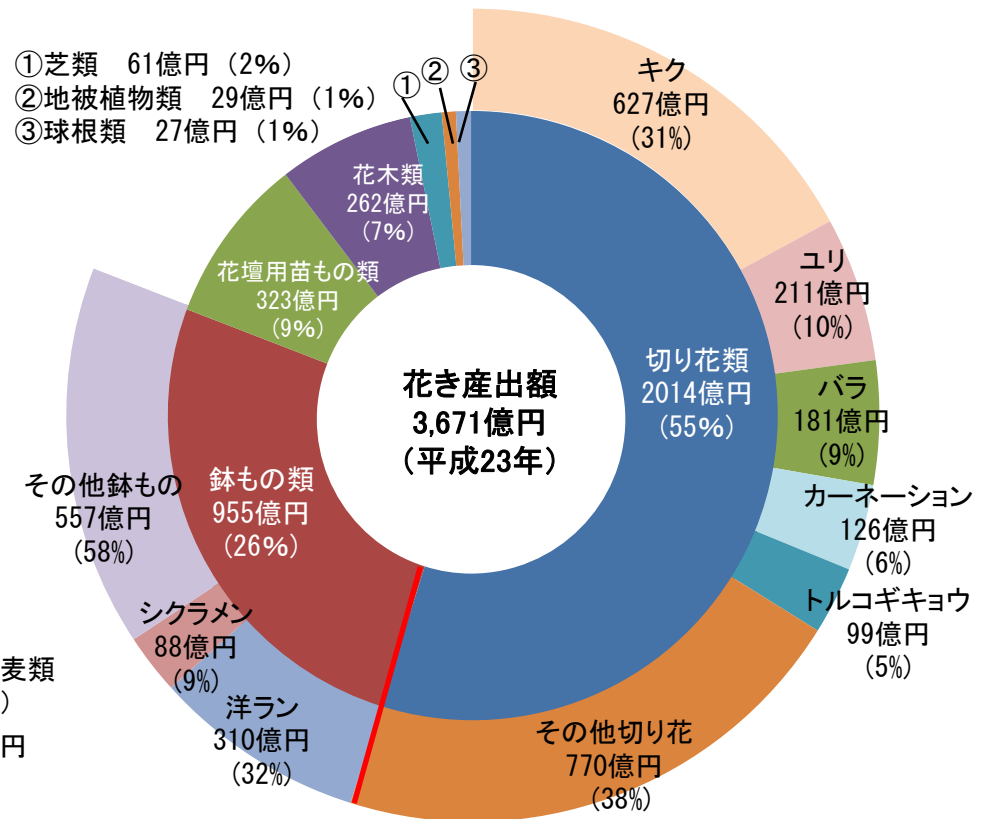
### 3 花きの生産動向①(産出額)

○平成23年の花きの産出額は3,671億円で、農業産出額の4%を占めている。  
 ○花きにおける産出額の内訳は、切り花類が6割、次いで鉢ものの類が3割、花壇用苗ものの類が1割という構成になっている。

○我が国の農業産出額(平成23年)



○花きの産出額の内訳(平成23年)



資料: 農林水産省「生産農業所得統計」、「花木等生産状況調査」

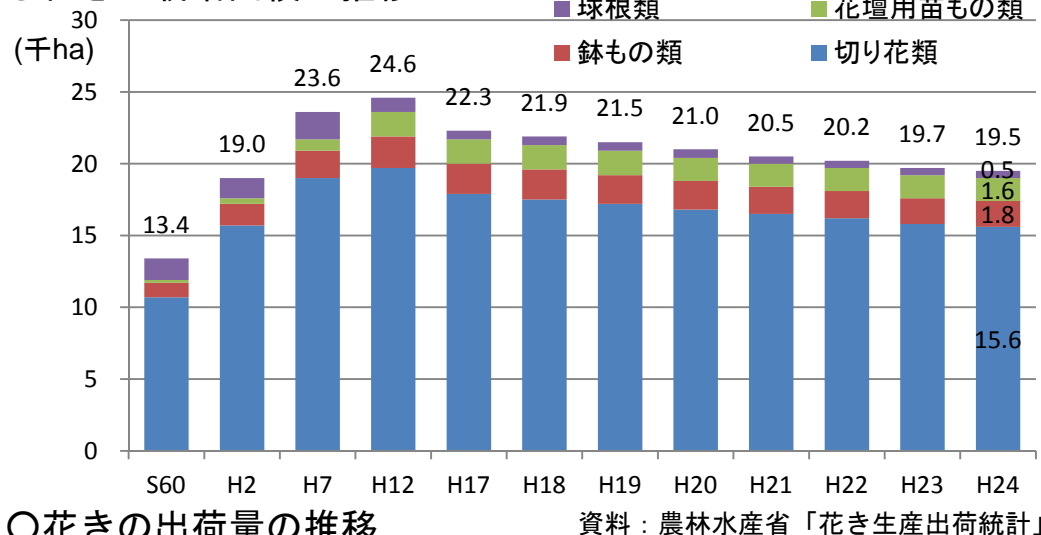
※花きについてのみ、「生産農業所得統計」の産出額に、「花木等生産状況調査」の産出額も追加しているため、花きを含めた各品目の産出額合計は、「生産農業所得統計」による農業産出額である8兆2463億円とは一致しない。

資料: 農林水産省「生産農業所得統計」、「花木等生産状況調査」

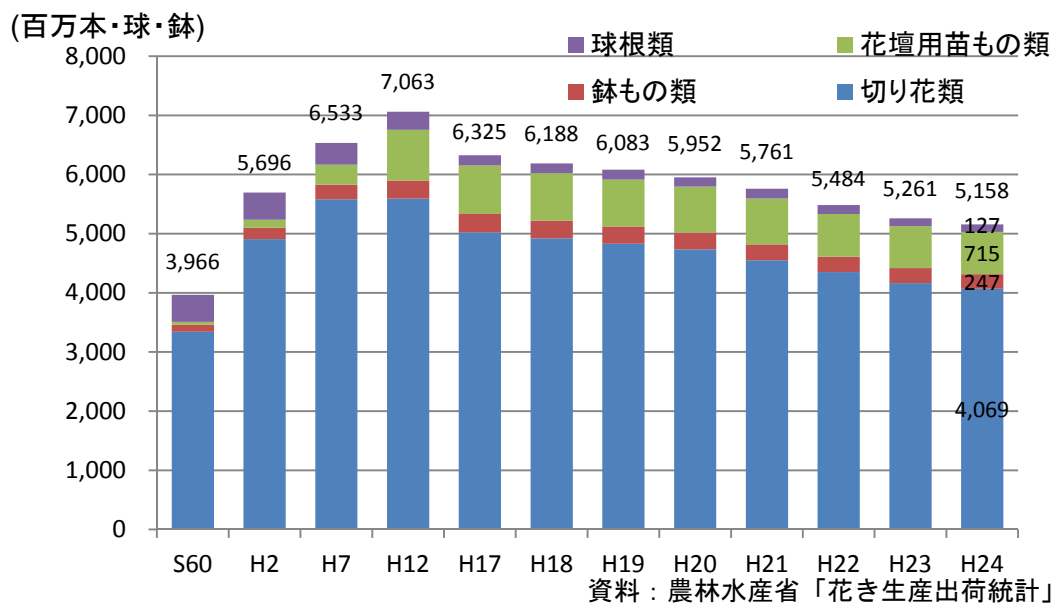
### 3 花きの生産動向 ②（栽培面積、出荷量、販売農家数）

- 栽培面積や出荷量は、切り花の輸入増加、栽培農家の減少等を背景に、近年減少傾向で推移。
- 花きの販売農家数は減少傾向にあるものの、生産者の年代構成を見ると、45歳未満の若い農業者の割合が稲作と比較して約2倍と多く、若い世代の活躍が目立つ。

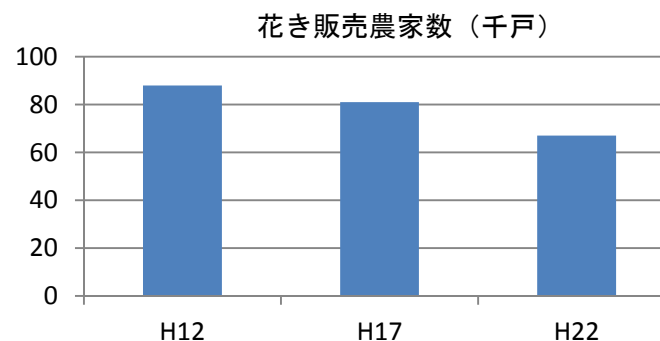
○花きの栽培面積の推移



○花きの出荷量の推移

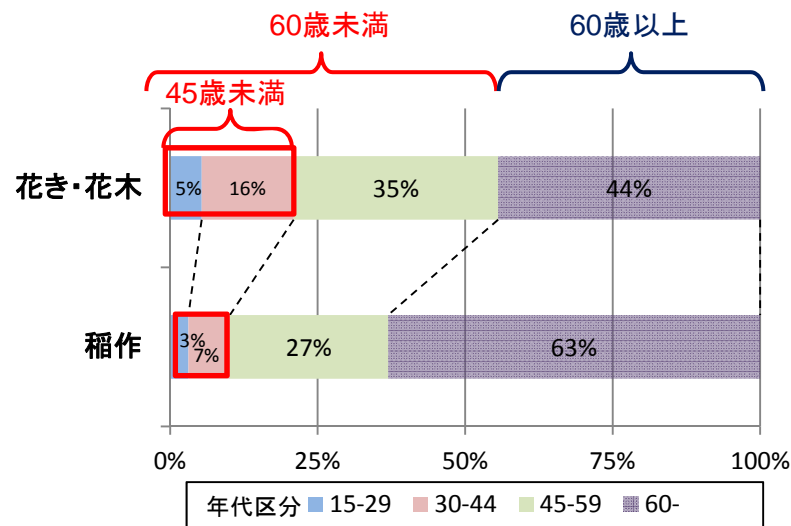


○花きの販売農家数の推移



資料：農林水産省「2000年世界農林業センサス」、「2005年農林業センサス」、「2010年世界農林業センサス」

○水稲と花きの生産者年代構成の比較



資料：農林水産省「2010年世界農林業センサス」、農林業経営体調査報告書 販売農家のうち、主業農家に関する統計年齢別農業就業人口（自営農業に主として従事した世帯員数）のうち単一経営農家の世帯員数



### 3 花きの生産動向③

○花きについては、民間会社や生産者自らが行う育種が盛んである。  
 ○(独)農研機構花き研究所は、民間会社では行い難い①低コスト・省エネルギー対策、②日持ちや耐病性の向上等の技術を開発している。

#### ○ブランド化等の取組

○民間会社等におけるオリジナル品種の開発等による  
**ブランド化、差別化**

- ・海外で絶滅した八重咲きパンジーを復活
- ・世界初の黄色いサクラソウを開発



八重咲きパンジー



黄色いサクラソウ

#### ○低コスト・省エネルギー対策技術

○トルコギキョウの低コスト冬季計画生産技術  
 燃料消費量を約50%削減、生産コスト100円以下/本  
 ○日没後の加温、光照射による花きの省エネルギー生産技術

- ・日没後加温処理により開花を促進し、燃料消費量を約30%削減
- ・日没後遠赤色光照射により、1作あたりの栽培期間が7~10日短縮



日没後3時間加温・光照射すると成長が促進

資料：農業新技術2012、農研機構花き研究所研究成果

#### ○日持ち性向上のための技術

○品質保持剤の利用

- ・生産、流通、小売・消費者の各段階での品質保持剤の適切な利用により日持ち日数が3割程度延長

○日持ちの良い品種の開発

- ・通常品種に比べ日持ち日数が約3倍のカーネーションの新品種「ミラクルルージュ」「ミラクルシンフォニー」の開発



「ミラクルルージュ」(中央)は18日間花が持つ

資料：平成23年度花き日持ち保証販売実証事業、農研機構花き研究所作成研究成果

#### ○耐病性向上のための技術

○耐病性品種の開発・育成

- ・高温時に多発する萎凋細菌病(※急激にしおれ症状を呈して立枯れする土壌伝染病)に抵抗性を持つカーネーションの新品種「花恋ルージュ」の開発



萎凋細菌病に感染させても「花恋ルージュ」(中央)は健全

- ・抵抗性個体を選抜するDNAマーカーの開発により、育種期間を短縮。

資料：農研機構花き研究所作成研究成果

# 生産の課題 — 育種・品種開発

## 現状と課題

○種苗法に基づく出願全体の6割を草花類が占め、その9割が個人・種苗会社によるものであるなど、花きの品種開発は民間や個人育種家が中心になり実施。

### 出願品種に占める草花類の割合等

全品目①	うち草花類②	うち個人・種苗会社からの出願③	②/①	③/②
28,278件	17,528件	15,786件	<b>62%</b>	<b>90%</b>

資料: 農林水産省品種登録統計資料

○品種登録した農作物で更新手続きが行われず取り消された品種のうち7割が草花類であり、花きの花色や草姿などは流行に左右されやすい。

### 品種登録後更新等されず取り消された品種

全品目①	うち草花類②	②/①
12,675件	8,759件	<b>69%</b>

資料: 農林水産省品種登録統計資料

○球根類においては、ウイルスフリーによる大量生産が課題。なお、品種開発に20年もの期間を要する品種もある。

○花きの輸出額は100億円程度。しかしその9割以上は植木等であり、資源の枯渇が課題となっている。今後輸出を拡大していくためには切り花等の取組みが必要。

### 品種開発期間と目標とする品種の出現率

- ・チューリップの育種・品種開発が盛んな富山県で誕生した「ありさ」は開発までに約20年を要した。
- ・また、ほぼ同時期に誕生した「ウェディングベール」は約400の交配、約3万の種子のうちの1つでまさに3万分の1の確率



## 今後の方針

- 多様な育種素材を保有する民間会社・個人育種家と、耐病性や日持ちの良さ等の優れた遺伝資源を保有する研究者が連携し、新品種の育成を加速化

民間会社・個人育種家



研究者



・ブランド化、差別化を目的として開発されたオリジナル品種

・DNAマーカー育種など新たな育種技術等により開発された品種

### 【民間会社による新品種育成の事例】

- サントリーホールディングス株式会社は、世界で初めて、青色色素デルフィニジンを含む青いバラの開発に成功し、大きな反響を呼んだ。青いバラは平成21年から商品化され、好評を博している。

サントリーの遺伝子導入技術により新たな色彩を示すバラ「アプローズ」



# 生産の課題 - エネルギー問題 ①

○近年、燃油価格が高水準にあり、経営費に占める燃料費の割合が大きい施設園芸の経営を圧迫。  
 ○化石燃料に替わる燃料の普及が求められており、早急な対応が必要。

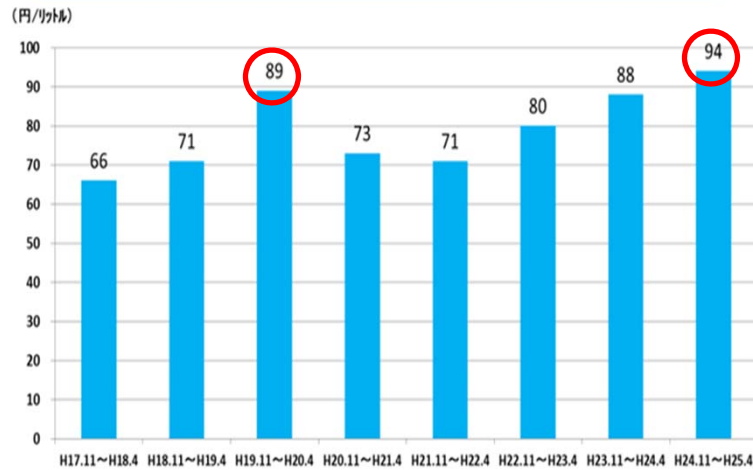
## 農業経営費に占める燃料費の割合

農業	ピーマン	32%
	ばら	31%
	マンゴー	44%
漁業	いか釣(沿岸)	33%
他産業	タクシー	7%
	トラック	5%

## 花きの生産における燃油の使用量

品 目	1000㎡あたりの使用量(ℓ)
電照ギク	7,500
バラ	13,500
トルコギキョウ	10,963
コチョウラン(鉢もの)	9,000

## 最近の燃油価格 (加温期間の平均価格)



施設園芸の加温期間(11月~4月)における  
A重油の平均価格

## A重油とそれ以外の燃料価格の比較

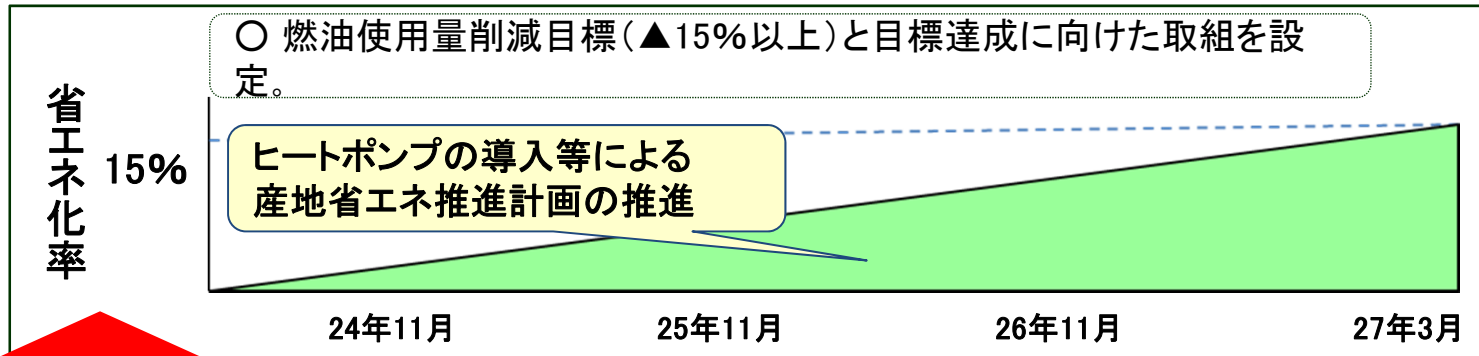
	単位発熱量	価格	1,000kcal当りの価格
発電用一般炭	6,354kcal/kg	10.0円/kg	1.6円
チップ(製紙用)	2,511kcal/kg	13.8円/kg	5.5円
A重油	9,341kcal/ℓ	84.8円/ℓ	9.1円
ペレット	4,000kcal/kg	40.0円/kg	10.0円
灯油	8,767kcal/ℓ	102.4円/ℓ	11.7円

# 生産の課題 - エネルギー問題 ②

- このため、施設園芸省エネルギー設備の導入支援を行い、省エネルギー化を推進。
- また、農業者と国の拠出により、補填金を交付するセーフティネットの構築を支援。

## 燃油価格高騰緊急対策

## 施設園芸産地において省エネ推進計画を策定



支援

### 施設園芸省エネ設備のリース導入の支援 (補助率: 1/2以内※)

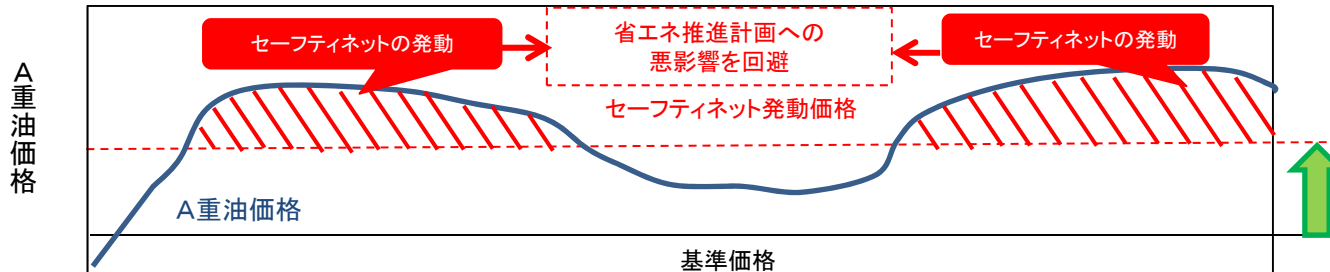


燃油削減率: 約60%

燃油削減率: ほぼ100%

温室の保温効果向上等により燃油削減効果を助長

### 施設園芸セーフティネット構築の支援 (補助率: 1/2)



燃油価格高騰緊急対策  
(県域協議会に基金を設置)

燃油価格の影響を受けにくい経営構造への転換

## 4 花きの流通

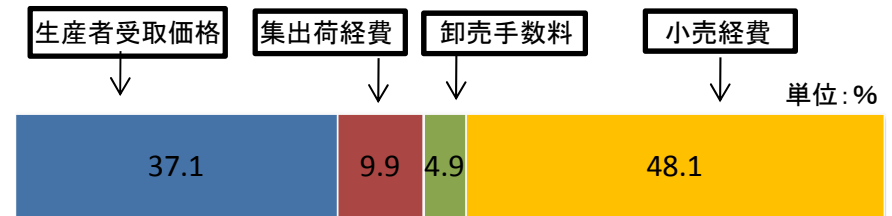
- 国産花きの流通は、品目・品種が非常に多いこと、小売構造が零細であることにより、卸売市場経由率が高い(83.4%)。
- 花き卸売市場における、せりによる取引の割合は約3割。野菜・果実に比べて未だ高いものの、ピーク時の約8割から一貫して低下。
- 花きの小売価格に占める小売経費等は約5割を占めるが、これは花束への加工、商品ロスが多いことなどによるもの。
- 市場外取引において、ネットと物流センターのみで花きの取引を行う等新しい動きがある。

### ○ 農水産物の卸売市場経由率(%)

	H2	H7	H12	H17	H21	H22
青果	81.6	74.0	70.4	64.5	64.6	62.4
野菜	84.7	80.5	78.4	75.2	75.5	73.0
果実	76.1	63.4	57.6	48.3	47.1	45.0
水産物	72.1	67.6	66.2	61.3	58.0	56.0
花き	82.3	81.9	79.1	82.8	85.1	83.4

資料：農林水産省食料産業局「卸売市場データ集」

### ○ 花きの小売価格形成(試算)

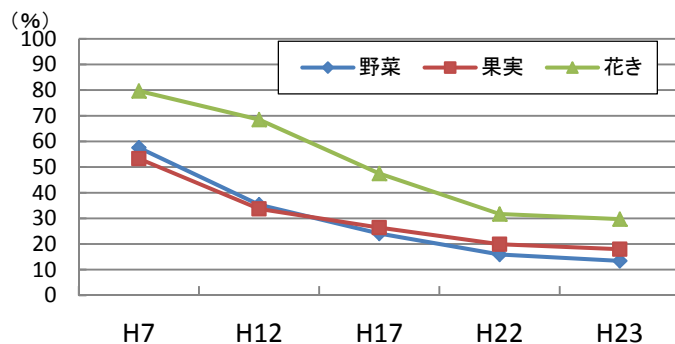


資料：平成21年度 花き産業の流通コストに関する調査(農林水産省委託事業)

注1：小売業者が卸売業者から仕入れた場合の試算である。

注2：試算では、生産者選別荷造労働費は、生産者受取価格のみに含め、集出荷経費から除いている。

### ○ 中央卸売市場におけるせりの割合(金額ベース)



資料：農林水産省食料産業局「卸売市場データ集」

### ○ 花きの流通～新しい動き～

#### 事例：A社

生産者と花き取扱業者の入出荷情報、販売情報等は全てネット上でやりとり。商品の流れは、物流センターで一括して取扱う完全「商物分離」を導入し、取引コストを低減。

取引高は事業開始時(平成10年)の5億円程度から年々増加し、平成24年度には75億円となっている。

# 5 花きの輸入

○花きの輸入は、切り花類が大半を占め、関税が廃止された昭和60年以降増加傾向。  
 輸入の主な相手国は、コロンビア、マレーシア、中国。  
 ○品目としては、日持ち等品質向上によりカーネーション、キクの増加が顕著。

## ○切り花の国内出荷量・輸入量の推移

(億本)

	S60	H2	H7	H12	H17	H22	H23	H24
国内出荷量	42.5	53.2	55.8	55.9	50.2	43.5	41.6	40.7
輸入量	1.2	3.6	6.6	8.3	10.4	13.2	12.8	13.9
計	43.7	56.7	62.4	64.2	60.7	56.7	54.5	54.6
切花輸入割合 (数量ベース)	3%	6%	11%	13%	17%	23%	24%	25%

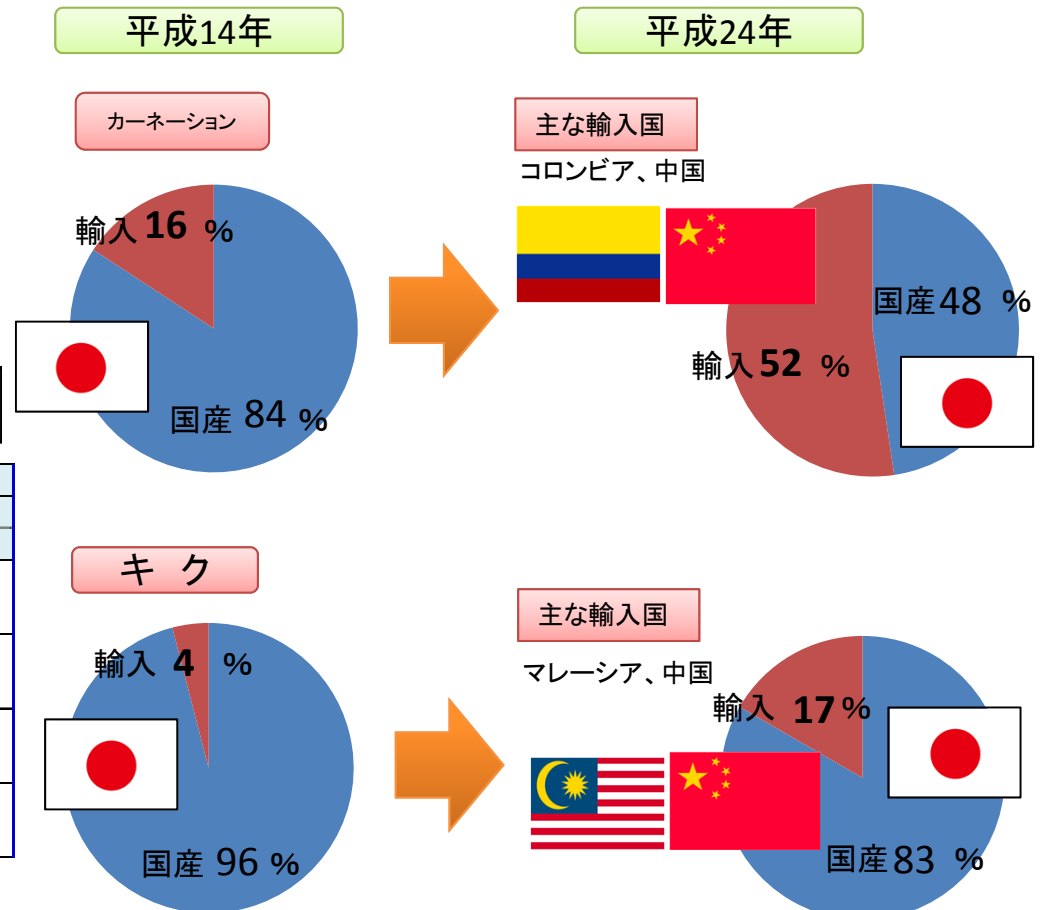
資料:農林水産省「花き生産出荷統計」、「植物検疫統計」

## ○切り花の主要品目別輸入割合・輸入量(H24)

品目	輸入品の割合	輸入量 (億本)	主な輸入国					
			1位	割合	2位	割合	3位	割合
カーネーション	52%	3.46	コロンビア	66%	中国	26%	エクアドル	4%
キク類	17%	3.19	マレーシア	60%	中国	19%	ベトナム	12%
バラ	23%	0.85	ケニア	32%	インド	22%	韓国	16%
ユリ類	8%	0.13	韓国	91%	イスラエル	4%	その他	5%

資料:農林水産省「花き生産出荷統計」、「植物検疫統計」

## ○切り花の輸入割合の推移(カーネーション、キク)



資料:農林水産省「花き生産出荷統計」、「植物検疫統計」 **12**

# 【参考】国産シェアの奪還！一日持ちの良さなど国産花きの強みを活かせる流通体制の確立

- 輸入花きからシェアを奪還するには、国産花きの鮮度、日持ちの良さ等の強みを活かすことが重要。
- 消費者が品質として重視する「日持ち」を良くするために、①温度管理(コールドチェーンの確立)、②衛生管理、③鮮度保持剤の使用等を生産・流通・小売各段階で徹底。

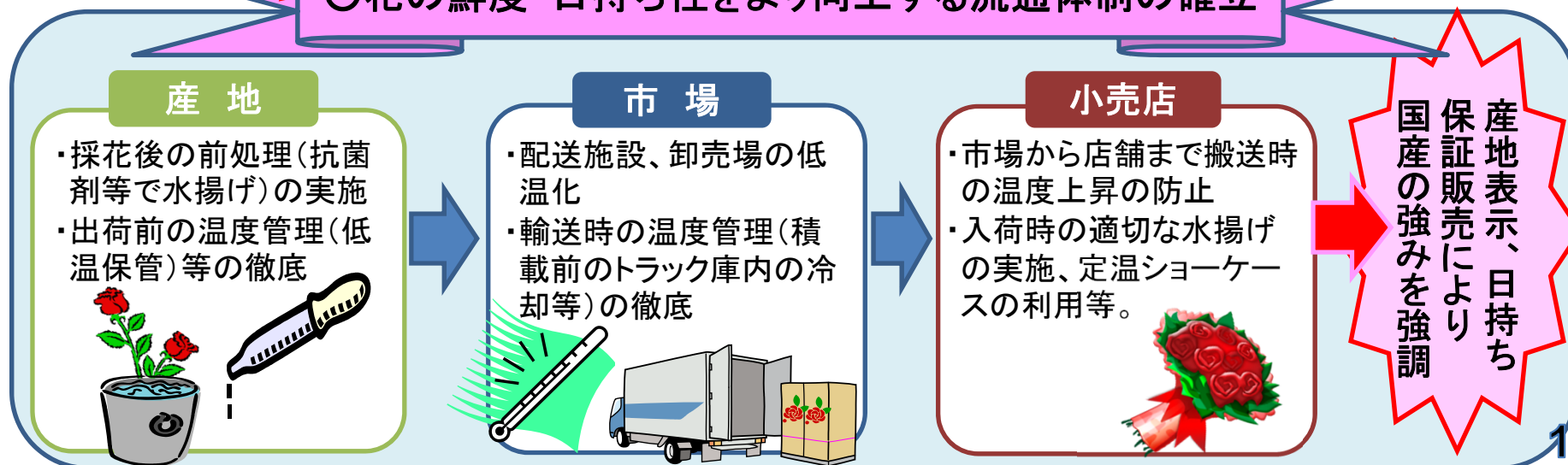
## ○国産花と輸入花の採花から小売店までの期間

日数	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
輸入花き (コロンビアのカーネーション)	採花	梱包	空港		空港			成田空港	分荷	市場セリ	小売店
国産花き	採花 調整	市場セリ	小売店								

温度管理が不徹底

資料:市場関係者からの聞き取り

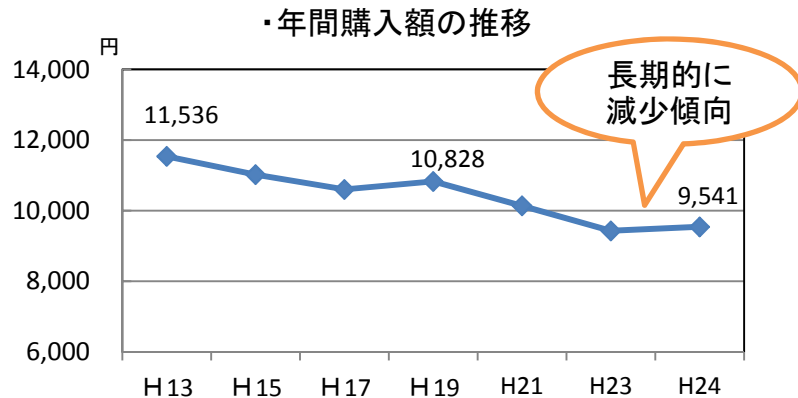
## ○花の鮮度・日持ち性をより向上する流通体制の確立



## 6 花きの消費

- 切り花の購入金額は長期的にみて減少傾向にあり、世帯主の年齢別で見ると、若年層ほど購入金額が低い。
- スーパー、ホームセンターにおける販売が増加する一方、専門小売業の販売額は大きく減少。

○ 切り花の1世帯あたり購入額

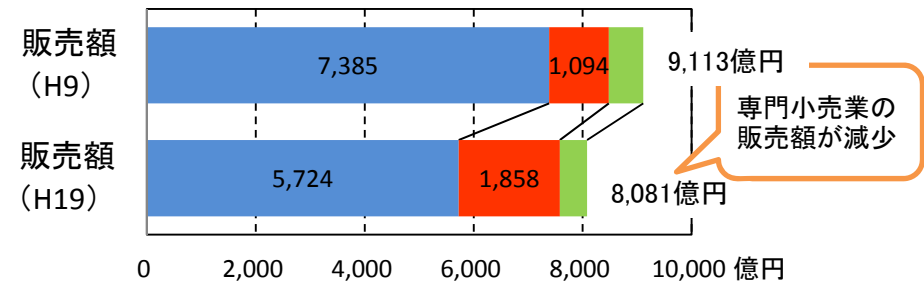
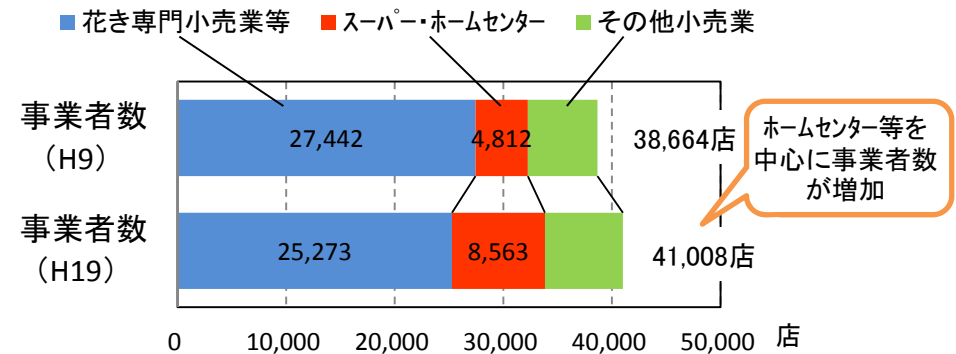


・世帯主年齢別年間購入額(平成24年)



資料：総務省統計局「家計調査年報」二人以上の全世帯  
 注：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。

○花き等取扱業の事業者数及び販売額



資料：経済産業省「商業統計」

注1：花き専門小売業等は、「花き等専門小売業」と「花き等中心小売業(取扱商品の50%以上が住関連商品(花、植木含む))」の数値の合計。

注2：スーパー・ホームセンターは、「食料品スーパー」と「住関連スーパー」の数値の合計。

注3：総合計値(事業者数、販売額共)に百貨店・総合スーパーは含まれない。



# 消費の課題－消費行動を刺激

- 花きの需要拡大には、無購買・低購買層への働きかけが有効。①フラワーバレンタイン等新しい物日、購入のきっかけづくり、②花きの癒やし効果やストレス軽減効果を活用したオフィスや公共空間での利用拡大、③花育の普及等を進めることが必要。
- 伝統文化である「いけばな」や、桃の節句など季節の行事と一体となった日本の花文化について改めて普及啓発。
- 日常で花に触れる機会を増やすため、観光、インテリア等他分野との連携を推進。

