



香川県花き振興計画



令和3年11月

香川県農業生産流通課

目 次

序 章 計画の策定に当たって	1
1 計画策定の趣旨	
2 計画の性格と役割	
3 計画の期間	
4 計画の進行管理	
第1章 花きを巡る現状と課題	3
第2章 基本目標と施策の推進方向	14
第3章 推進施策	
1 花きの生産振興	16
(1) 産地を支える担い手の確保・育成	
(2) 高品質・安定生産の推進	
(3) 生産・経営基盤の強化	
(4) 輸出拡大に向けた基盤整備	
(5) 花きの流通改善	
2 花きの需要拡大	21
(1) 県産花きのPR強化による認知度向上	
(2) 全国高校生花いけバトルの推進	
(3) 花き文化の振興	
(4) 盆栽の需要拡大・輸出促進	
第4章 施策の目標・指標	25
第5章 品目別推進施策	26

序章 計画の策定に当たって

1 計画策定の趣旨

本県では、県土面積が全国で最も小さいものの、恵まれた自然条件のもと、農業者の丁寧な栽培管理や創意工夫により、全国に誇れる特色ある花きが栽培されており、生産量が全国上位に位置する品目もあります。また、本県の盆栽の歴史は古く、松盆栽の生産量は日本一となっており、海外でも需要は高まっています。

こうした中、県では、平成28年に「香川県花き産業及び花き文化の振興に関する計画」を策定し、「県産花きの生産拡大と生産基盤の強化による花き産地の持続的発展」及び「花のある暮らしで心豊かな県民生活の実現」を基本目標として、県オリジナル品種や新規品目の導入推進、生産基盤の強化、新たな需要創出、伝統的な花き文化の継承等に取り組んできました。

特に、新型コロナウイルス感染拡大により花き産業にも様々な影響が生じたことから、令和2年度は花きの農業者団体や関係機関等で構成する「花の里かがわ推進委員会」が主体となり、国の事業を活用して公共施設等での県産花き展示イベント等を実施し、県産花きの消費喚起や需要拡大に取り組んできました。

しかし、農業者の高齢化、花き消費の減退、輸入花きの増加等を背景として、農業者数や栽培面積は減少しています。また、地球温暖化に伴う気候変動により、花きの生産環境は厳しさを増しており、花き生産・経営の持続性が危ぶまれています。

以上のように、花きを取り巻く環境が大きく変化する中、本県の花き産地が将来にわたり持続的に発展していくように、これまでの取組みの成果や課題、国の「花き産業及び花き文化の振興に関する基本方針」等を踏まえ、本県の花き振興の指針として、令和の時代の新たな花き振興計画を策定します。

2 計画の性格と役割

この計画は、本県における花き振興の指針として、香川県次期総合計画や香川県農業・農村基本計画に即し、花き振興の方向性や推進施策を明らかにしたものであり、次のような役割を持ちます。

- (1) 本県における花きの振興について、本県の実情に即した振興方向と目標を明らかにすることにより、その実現に向けた施策を総合的かつ効率的に推進するものです。
- (2) 基本目標や推進施策等について、農業者、市町、農業協同組合、市場、花き商業協同組合、消費者等と共有し、連携・協力しながら、本県花きの振興に取り組むものです。
- (3) 本計画は、花き振興法の第4条に規定する振興計画に位置づけられるものです。

3 計画の期間

令和3年度から令和7年度（目標年度）までの5か年計画とします。

4 計画の進行管理

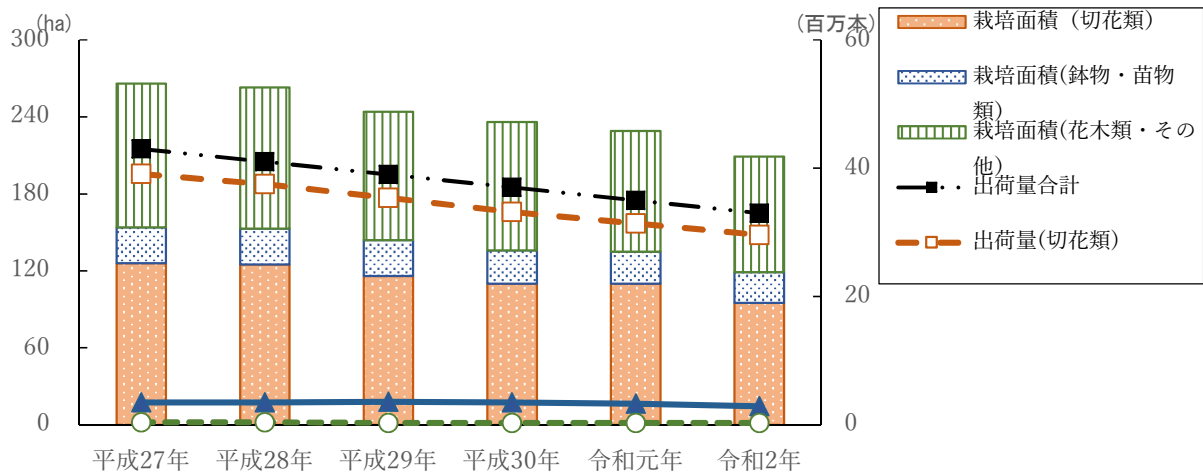
この計画の進行管理は、花の里かがわ推進委員会において実施します。



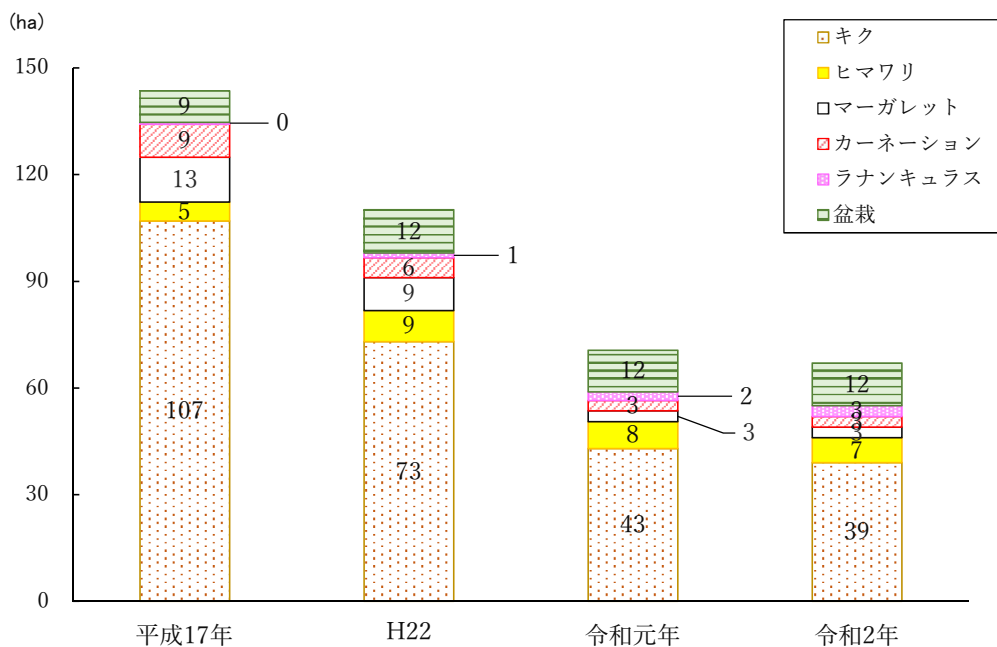
第1章 花きを巡る現状と課題

1 生産状況

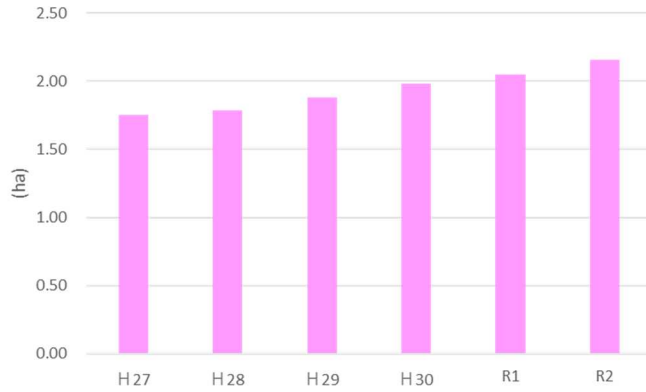
本県では、県土面積が全国で最も小さいものの、恵まれた自然条件のもと、農業者の丁寧な栽培管理や創意工夫により、全国に誇れる特色ある花きが栽培されています。全体的に花きの栽培面積は減少していますが、ランタンキュラスは増加傾向にあります。また、県オリジナル品種のカーネーション「ミニティアラ」シリーズとランタンキュラス「てまり」シリーズも増加傾向にあります。



県産花きの栽培面積と出荷数量の推移



主な県産花きの栽培面積



県オリジナル品種(ミニティアラ、てまりシリーズ)の栽培面積

※資料：県農業生産流通課「花き産業振興総合調査」



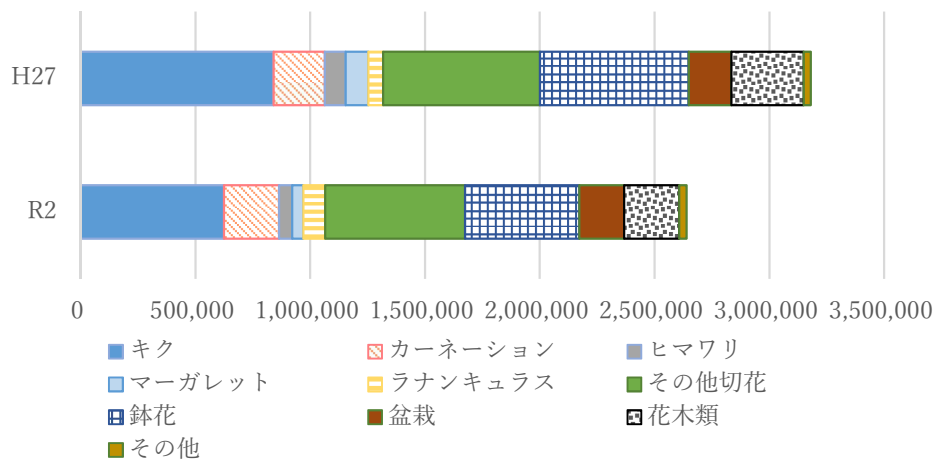
ラナンキュラス「てまり」シリーズ



カーネーション
「ミニティアラ」シリーズ

2 出荷額

本県における花きの出荷額は長らく減少傾向にあり、平成27年には32億円でしたが、令和2年には26億円となっています。品目によっては増加しているものもあり、ラナンキュラスやカーネーションについては増加しています。



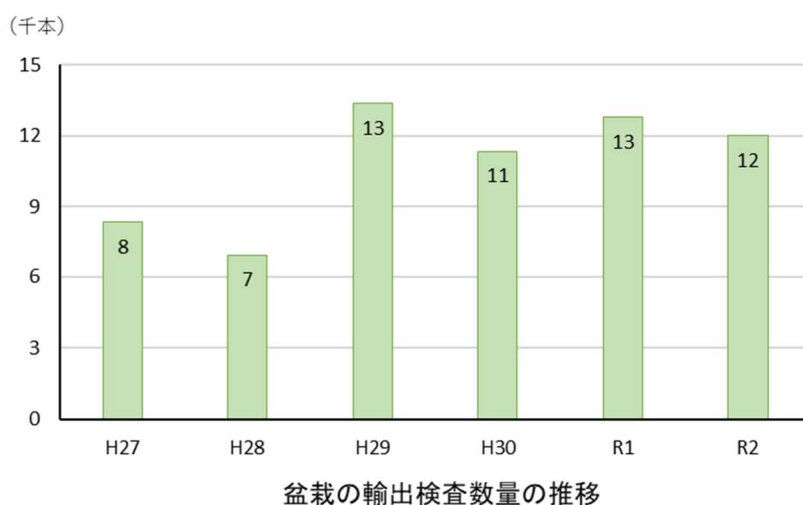
県産花きの出荷額(千円)

※資料：県農業生産流通課「花き産業振興総合調査」

3 盆栽の輸出状況

盆栽は日本の伝統文化の一つとして親しまれているとともに、「BONSAI」というワードは海外にも広く浸透しており、愛好家も増加しています。本県の盆栽の輸出については、台湾など東南アジアを中心に拡大しており、令和2年の輸出量（農林水産省神戸植物防疫所坂出支所における検査数量）は約1万2千本となっています。

また、令和2年8月にEU（欧州連合）の規則（COMMISSION IMPLEMENTING REGULATION (EU) 2020/1217 of 25 August 2020）が改正され、本県主力の黒松盆栽がEU加盟国へ輸出できるようになるなど、輸出拡大の機にありますが、新型コロナウイルス感染症拡大により、海外バイヤーとの直接の商談が難しくなるなどの影響が出ています。



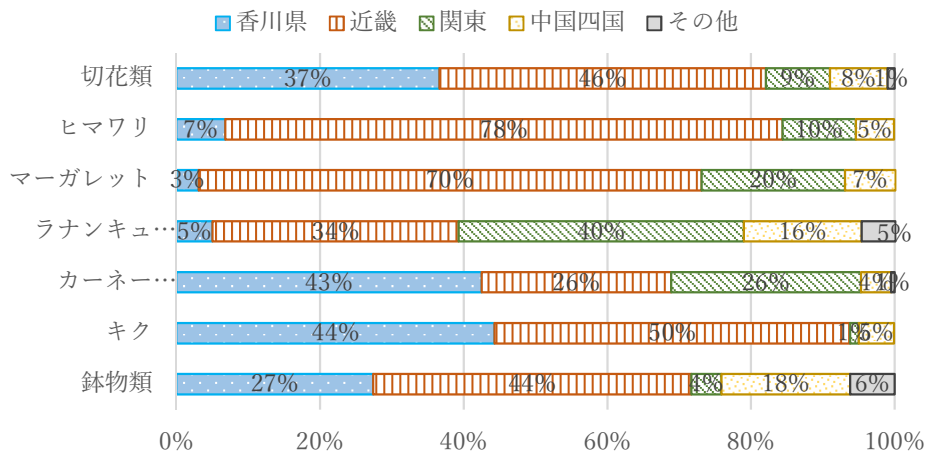
※資料：農林水産省「植物検疫統計」



海外バイヤーとの商談

4 花きの流通状況

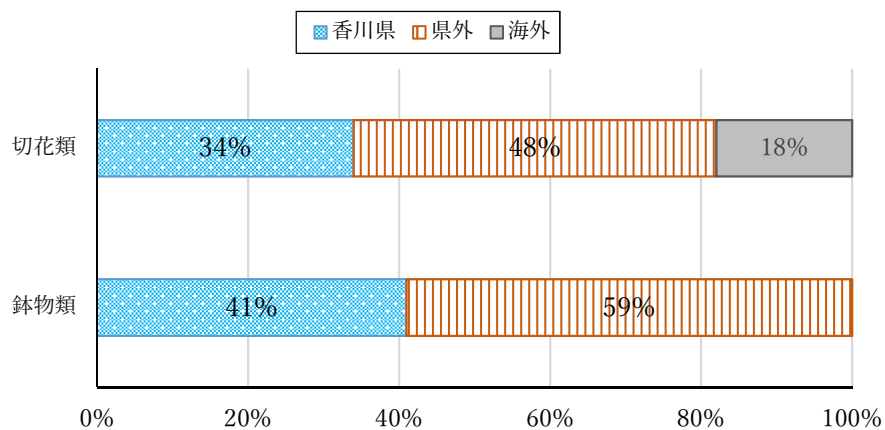
県産花きの出荷地域（令和元年）は、切花類では近畿市場への出荷が46%、県内への出荷が37%となっています。主な品目の出荷状況は、ヒマワリが近畿へ78%、マーガレットは近畿へ70%、ラナンキュラスは関東へ40%が出荷されており、カーネーションは県内に43%、キクでは県内に44%が出荷されています。鉢物類では、香川県内への出荷が27%、近畿市場が44%となっています。



本県主要花きの出荷地域別割合（令和元年）

※資料：県農業生産流通課「花き産業振興総合調査」

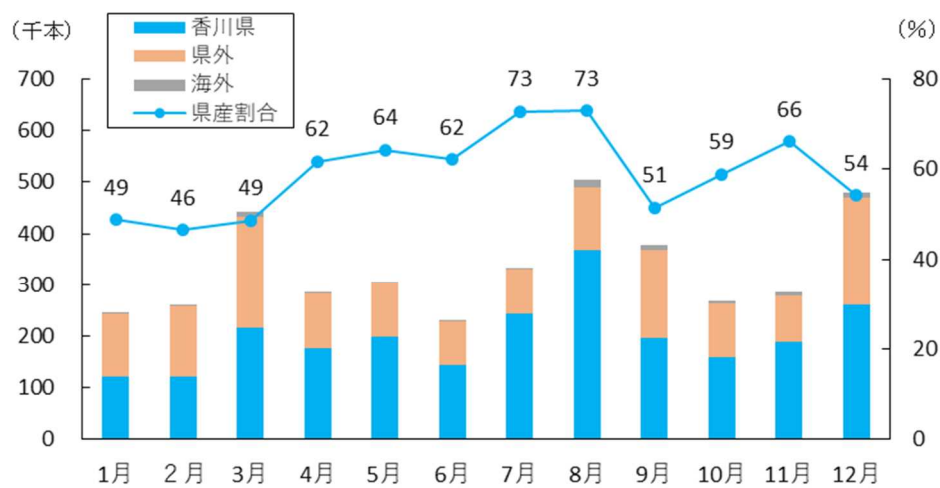
一方、高松市公設花き地方卸売市場（以下、「高松花市場」という。）における産地別取扱数量の割合は、県産の取扱数量が切花類では34%、鉢物類は41%となっています。



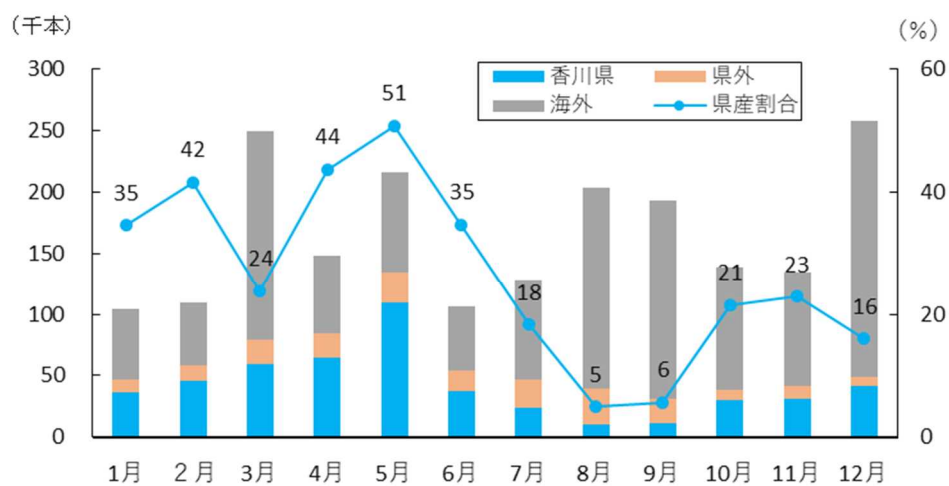
高松花市場における花きの産地別取扱いの割合（令和元年）

※資料：高松市「市場年報」

主な品目の状況は、大菊(輪ギク)では年間を通じて香川県産が概ね過半を占めており、7月や8月は県産が7割を占めています。カーネーションは海外産が多くを占めていますが、県産の出荷量が多い5月は県産が過半を占めています。



高松花市場における大菊(輪ギク)の取扱量(令和元年)

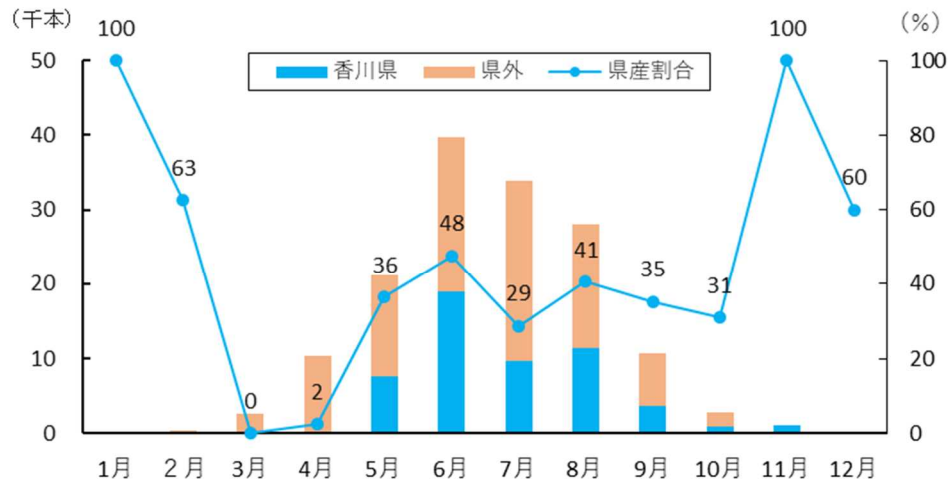


高松花市場におけるカーネーションの取扱量(令和元年)

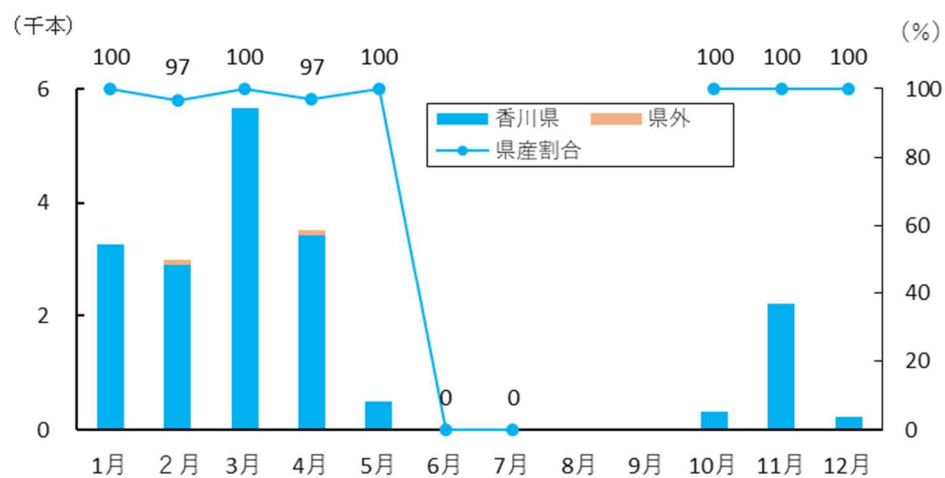
※資料：高松市「市場年報」

ヒマワリについても香川県産の出荷量が多い6月は県産が約半数を占めており、マーガレットにおいては県産が県内市場をほぼ独占している状況にあります。

以上のように、主な県産花きは関東や近畿などへ出荷されるとともに、県内にも一定量が流通しており、県民の暮らしに「彩り」や「癒し」を与えています。



高松花市場におけるヒマワリの取扱量(令和元年)



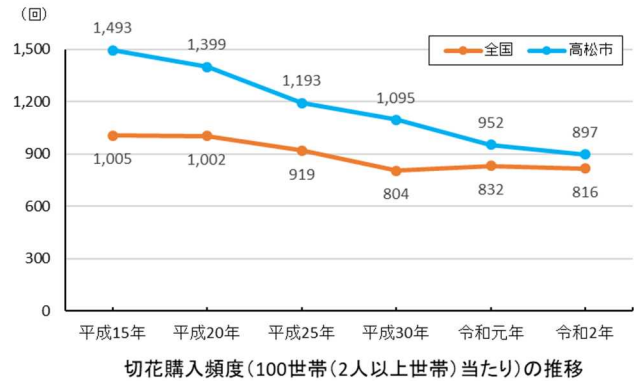
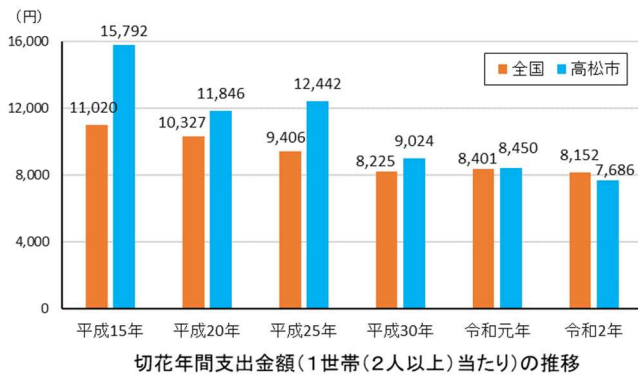
高松花市場におけるマーガレットの取扱量(令和元年)

※資料：高松市「市場年報」

5 消費動向

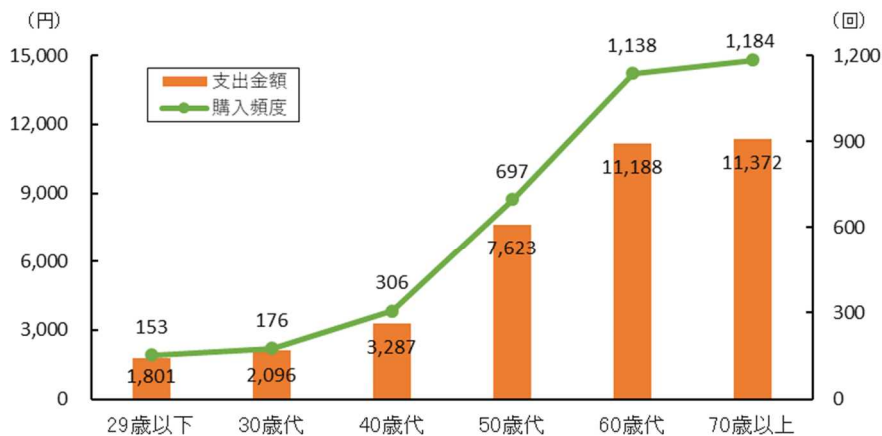
我が国では、人口減少社会の到来により市場が縮小する中、切花の世帯当たり消費も全国的に減少傾向にあります。高松市においても年間支出金額及び購入頻度は低下傾向にあり、全国上位（平成15年：2位）に位置していた年間支出金額は、令和元年と2年は中位（21位）にまで後退しています。

年齢階層別に見ると、若い世代の支出が少なく、仏花用の購入が多いシニア世代に花きの消費が支えられている構造となっており、県産花きの需要拡大に向けては、若い世代に対する消費喚起がポイントの1つとなっています。



高松市における切花の年間支出に係る県庁所在市別順位

区分	平成15年	平成20年	平成25年	平成30年	令和元年	令和2年
支出金額(1世帯(2人以上)当たり)	2位	12位	3位	14位	21位	21位
購入頻度(100世帯(2人以上)当たり)	6位	4位	9位	5位	12位	11位

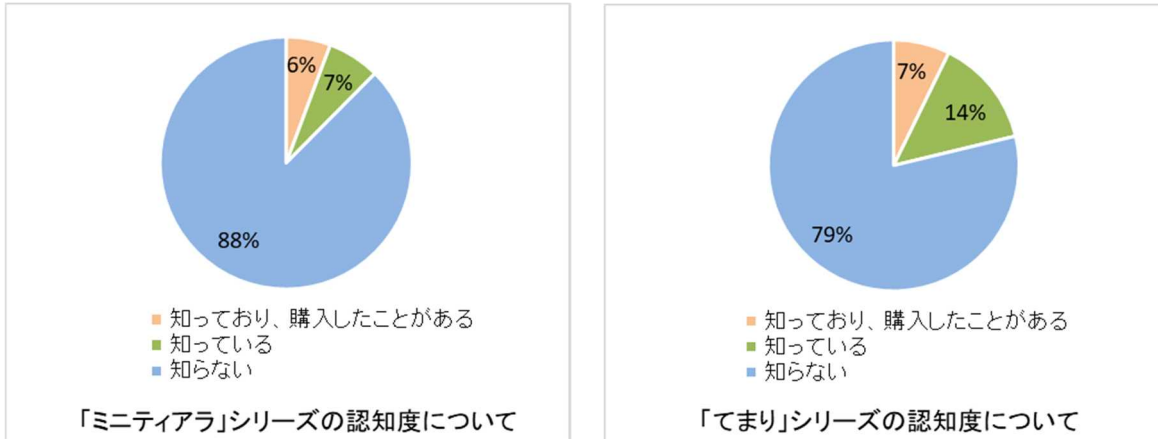


年齢階層別の切花の年間支出金額と購入頻度(全国:令和2年)

※資料：総務省「家計調査」

6 認知度

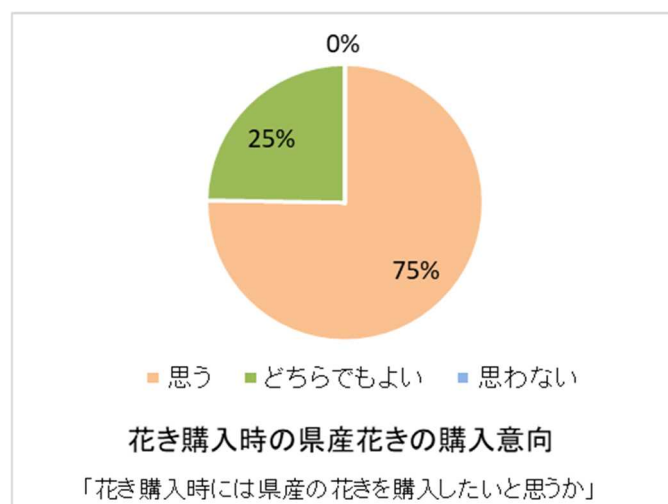
県オリジナル品種であるカーネーションの「ミニティアラ」シリーズ及びラナンキュラスの「てまり」シリーズについて、令和2年度「親子で花育」の参加者にアンケート調査を行ったところ、「ミニティアラ」シリーズを知っていると回答したのは13%、「てまり」シリーズを知っていると回答したのは21%であり、県民の認知度は低い状況にあります。



※資料：令和2年度「親子で花育」参加者へのアンケート調査結果（回答数 193 名）

一方、「花きを購入する際は県産の花きを購入したいと思うか」の問いに対しては、75%が「思う」と回答しており、県民の県産花きへの愛着や関心の高さが窺われます。

なお、花きの販売店では一般的に産地表示がなく、消費者は店頭で産地を意識し難い環境にあることから、こうした県民の意識の高まりを踏まえ、店頭で県産花きの存在・魅力を伝える仕組みが必要となっています。

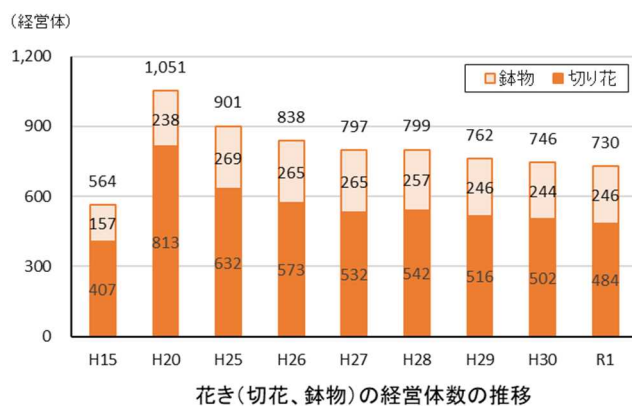


※資料：令和2年度「親子で花育」参加者へのアンケート調査結果（回答数 194 名）

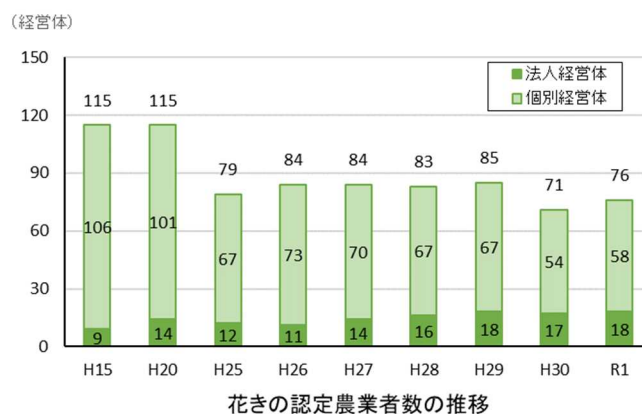
7 担い手

花きの経営体数は730名前後で推移しています。中核となる認定農業者については、法人経営体では増加傾向にあります。個別経営体（家族経営）は減少しています。新規就農者数は数名程度で推移しており、近年は法人経営体への雇用就農が主体となっています。

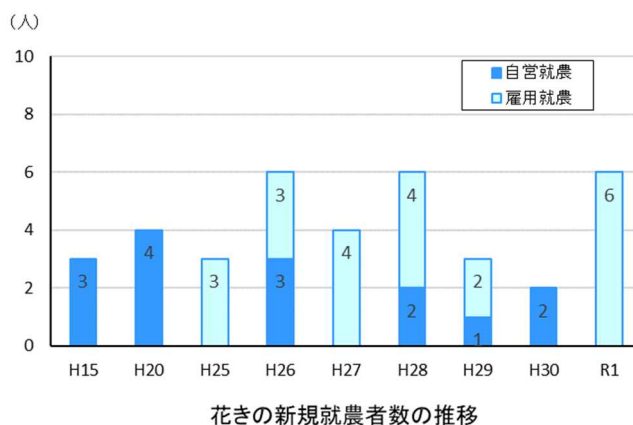
また、国内市場の縮小に伴い、産地間競争が激化する中、経営マインドの優れた担い手の育成が重要となっています。



※資料：県農業生産流通課「花き産業振興総合調査」



※資料：県農業経営課「担い手の実態に関する調査」



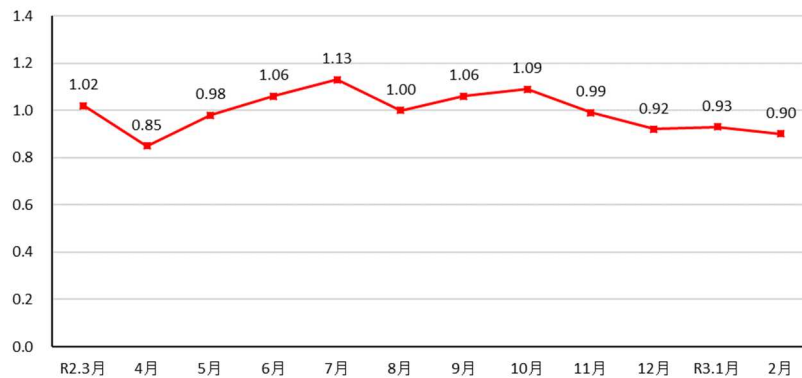
※資料：県農業経営課「新規就農者実態調査」

8 新型コロナウイルス感染症による影響

新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、令和2年4月には国内主要7市場（東京、大阪、札幌、仙台、名古屋、広島、福岡の大手7卸売市場のデータ）における切花の平均単価が下落し、高松花市場における県産切花の単価も低下しました。その後、輸入品の市場への入荷が減少し、全体の取扱量が減少したことにより、令和2年の平均単価はおおむね平年並みとなっています。

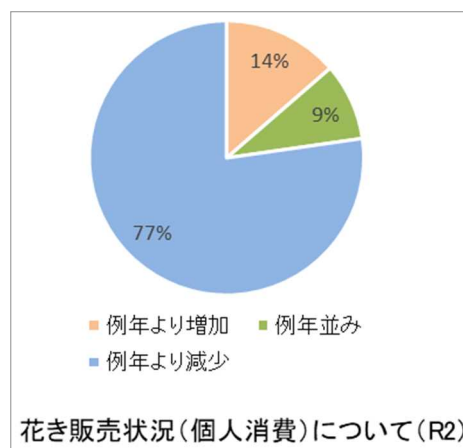
花きの販売額（令和2年）に関する香川県産花き取扱協力店へのアンケート調査によると、業務需要（婚礼、葬儀等）は厳しい状況ですが、個人消費（家庭向け、贈り物等）は例年より「増加した」との回答が一部あり（14%）、コロナ禍の下、家庭等での花きの利用拡大が期待されます。

なお、農業者においては、未曾有の事態を乗り越えるべく、航空便の減便に対応する代替輸送手段の確保や出荷仕向先の変更など、懸命な努力と様々な工夫を凝らし、花きの安定生産・供給に取り組んできたところです。



高松花市場における県産切花単価の対平年比(過去3年)の推移

※資料：高松市「卸売市場 月報」



花き販売状況(個人消費)について(R2)

※資料：県産花き取扱協力店へのアンケート調査（回答数 22 店）

トピックス

花きの効能をご存じですか？

花の観賞は心身のストレスを緩和します！

国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構（農研機構）は、花の観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させることを明らかにしました。

農研機構は筑波大学等と共同で、花の観賞による癒し効果を心理的、生理的、脳科学的データによって示しました。

実験参加者に不快な画像を見せて心的ストレスを負荷し、その後、花の画像を見せたところ、不快な画像によって生じたネガティブな情動（恐怖や嫌悪感）が減少してポジティブに転じました。さらに、上昇していた血圧は3.4%低下し、その低下幅は花以外の画像を見せた時に比べて有意に大きなものでした。また、ストレスによって上昇するホルモンの値は花の画像によって21%低下することが確認されました。

実験参加者の脳活動を解析した結果から、花の画像を見ることによって情動の生起に関わる脳領域（扁桃体）の活動が抑制されることが明らかになりました。実験参加者は「花」という刺激に惹きつけられることで、ストレス源であった不快画像から注意が逸れたと推察されました。その結果、ネガティブな情動を生起させていた扁桃体領域の活動が減少し、身体に生じていたストレス反応（血圧やホルモンの上昇）も緩和したと考えられます。

※ 令和2年7月1日付け農研機構プレスリリース「(研究成果) 花の観賞は心身のストレスを緩和する」から一部引用。



写真 画像を見る実験参加者

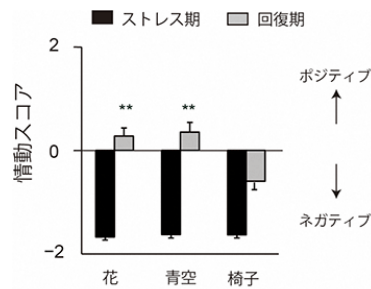


図2 回復期に花、青空の画像を提示した条件では情動スコアが増加し、椅子条件に比べて有意に高くなった (** P < 0.01)

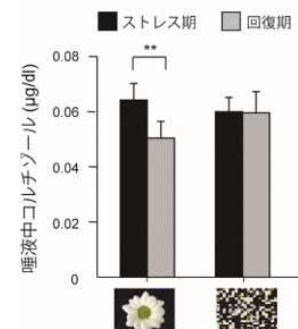


図4 花の画像を提示した条件では、ストレス期に比べ回復期においてコルチゾール値が低下した (** P < 0.01)

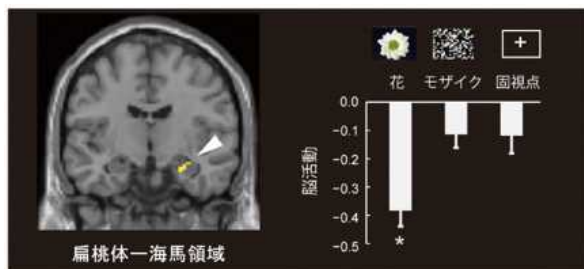


図5 花の画像を提示した条件で特異的に活動が下がった領域（右半球の扁桃体-海馬）（左）と同領域における活動量の比較（右）

※写真と図は令和2年7月1日付け農研機構プレスリリースより引用。

第2章 基本目標と施策の推進方向

1 基本目標

「かがわの花き産地の持続的な発展」

四季折々の多彩な本県の花きは、「癒し」や「やすらぎ」、「ストレス軽減」などの効能を有し、家庭や社会を華やかに彩るとともに、県民の健やかな暮らしに大きく貢献する重要な作目です。

しかし、花き産地では、農業者の減少、花き消費の減退、地球温暖化を背景とする栽培環境の悪化により、持続性が危ぶまれる状況にあります。また、新型コロナウイルスの感染拡大は、県民の暮らしや経済活動にも様々な影響が生じています。さらに、2015年の国連サミットにおいて「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現（SDGs）」が採択され、持続可能な社会の実現が求められています。

このような状況や特性に鑑み、花き振興の指針となる本計画において、「かがわの花き産地の持続的な発展」を基本目標とします。



2 施策の推進方向

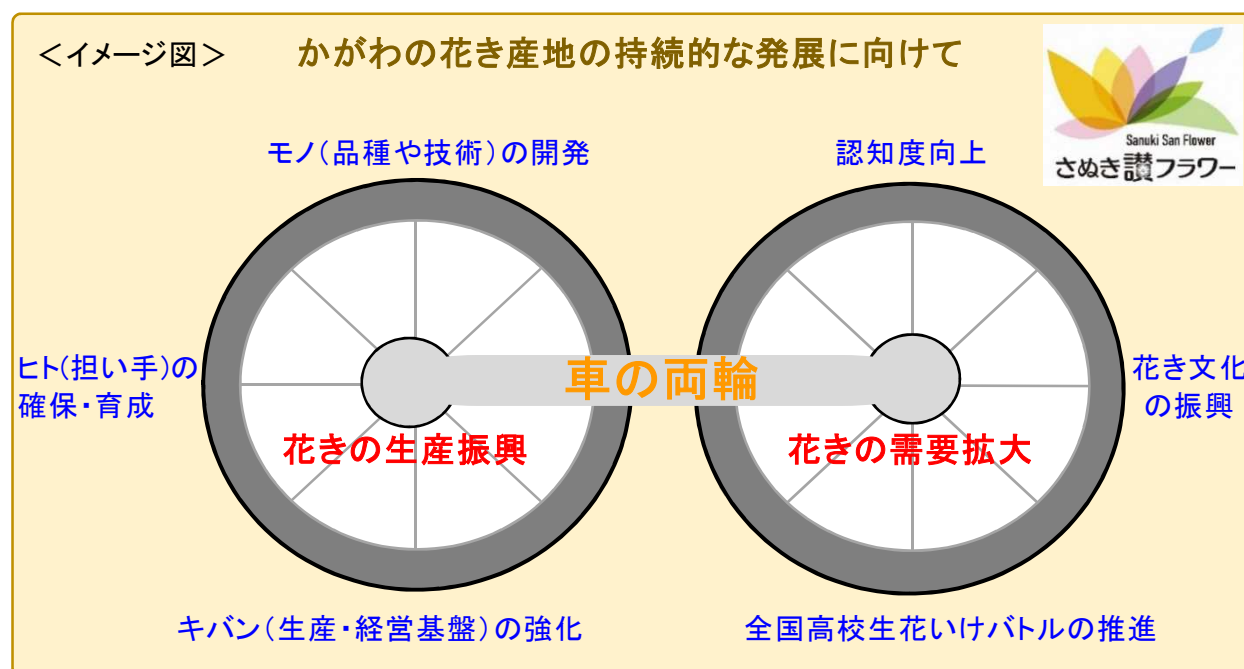
花きの生産振興と需要拡大をそれぞれ車の両輪とし、各施策を連動して進めていくことにより、かがわの花き産業の持続的発展につなげていきます。

◇花きの生産振興

担い手（ヒト）の確保・育成、魅力ある品種や技術（モノ）の開発、生産・経営基盤（キバン）の強化を進め、さらに各々の施策を連動させながら、花き産業の発展・拡大をめざします。

◇花きの需要拡大

県産花きの認知度向上、全国高校生花いけバトルの推進、花飾りや花贈り等の花き文化の振興を通じて、県産花きの需要を拡大させます。特に、新型コロナウイルス後の新しい生活様式に対応したホームユースを中心とした需要拡大と、県民への県産花きの認知度向上、若い世代への花きへの関心向上をめざします。



第3章 推進施策

1 花きの生産振興

(1) 産地を支える担い手の確保・育成

- ◇農業大学校や関係団体等と連携して、就農希望者と先進農家等とのマッチング活動を強化するほか、就農希望者が安心して研修できる農業の里親を確保・育成し、のれん分け就農の支援を充実・強化します。
- ◇農業大学校や農業高校の学生・生徒と、先進的農業者の意見交換や研修等により、職業としての農業のやりがいや魅力を伝え、就農の促進を図ります。
- ◇経営改善に意欲的な担い手に対し、農業改良普及センターによる支援を重点的に実施するとともに、農業試験場で開発した新品種や新技術導入のための栽培技術指導や国等の研究機関の研究情報などの提供を行います。
- ◇収益性や生産性などの改善のための花きセミナーを開催するとともに、講習会や個別指導等により、経営改善計画の達成に向けて、幅広く担い手として育成・支援します。
- ◇法人化と経営の効率化を促進するため、必要とされる労務管理や経営管理知識の研修や個別相談等を行い、経営マネジメント能力を高めます。
- ◇農業経営の発展に必要となる機械・施設の整備など、生産基盤の強化に向けた取組みに対する支援を行うとともに、経営診断等の各種データを活用したPDC Aサイクルを実践する経営者の育成等を通じて、農業経営の改善・向上を図ります。



先進経営体での技術等習得



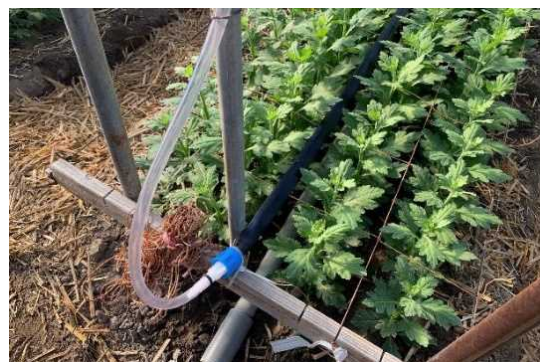
花きセミナーの開催

(2) 高品質・安定生産の推進

- ◇生産者と協力しながら、ラナンキュラスやカーネーションの消費者ニーズに即した魅力あるオリジナル品種の育種及び導入の推進とともに、栽培技術のマニュアル化による品質・収量の高位平準化及び生産拡大に努めます。
- ◇新たな生活様式に対応した、ホームユースに適した新品目や新品種の探索と導入を進めます。
- ◇気候変動の影響を低減させるための暑熱対策や、二酸化炭素制御や補光等による高品質・安定生産技術、防除作業の自動化等のだれもが活用しやすい省力・低コスト化技術、環境負荷軽減に向けた技術等の開発・実証などに取り組むとともに、農業改良普及センターを中心に、開発された新品種・新技術の迅速な産地・地域への普及・定着を図ります。
- ◇品質・収量を高位平準化し、栽培管理を軽減するための統合環境制御システムや、栽培環境の「見える化」を進めるための環境モニタリング装置等の導入を進めるとともに、産地での情報の共有・分析による計画的出荷の実現を図ります。
- ◇県オリジナル品種等の優良種苗を安定供給するための体制づくりと、遺伝子診断等による病害検定技術の導入に努めます。
- ◇環境負荷を低減しつつ病害虫・雑草の発生を抑制する技術（I P M）を用いた効果的な防除体系の確立や、農業者自らが行う環境保全等の持続可能性を確保するための生産工程管理（G A P）の取組みを支援するなど、環境保全型農業を推進します。



オリジナル品種の育成



炭酸ガス施用による高品質化

(3) 生産・経営基盤の強化

- ◇新規就農者や規模拡大の意向を後押し、経営安定を早期に図るため、栽培施設や集出荷場施設等の整備を支援します。
- ◇市場ニーズに応えるための高品質化や、産地の生産力・競争力を高めるための供給力の向上、経営の安定を図るための低コスト化・省力化、県オリジナル品種の生産拡大等につながる機械や設備の導入を支援します。
- ◇農業経営を安定させるため、関係機関と連携して、収入保険制度や農業共済など、不測の事態に備えるセーフティネットへの加入推進を進めます。



栽培施設の整備



集出荷施設の整備

(4) 輸出拡大に向けた基盤整備

- ◇相手国の検疫条件に対応した生産管理施設、機械等の導入を支援します。
- ◇検疫条件に対応した病虫害防除技術及び輸出時の輸送技術の確立を図るとともに、現場への普及に努めます。
- ◇盆栽では商品化するまでに 10 年以上の年数を要することから、今後の需要にこたえるための素材を計画的に確保するため、より効率的な苗木養成のための育苗技術や挿し木技術等の検討を進めます。また、苗木養成に必要な育苗・養成施設の整備を支援します。



センチウ検査の研修



棚上で管理される輸出用盆栽

(5) 花きの流通改善

- ◇輸送コスト軽減のため、市場や流通業者と連携し、通い容器の普及や民間事業者とも連携した物流拠点の活用、輸送の推進などの効率化を進めます。また、I C T技術を活用し、集荷業務の効率化を図るとともに、輸送中の鮮度保持技術の向上に取り組みます。
- ◇ホームユース向けのパック花に適した短茎規格での出荷や、「物日」に集中する需要にこたえるための冷蔵貯蔵などの取組みを支援します。



短茎・脱葉処理を行った輪ギク

2 花きの需要拡大

(1) 県産花きのPR強化による認知度向上

- ◇県内での需要拡大のため、「香川県産花き取扱協力店」や県内量販店での農産物フェアを通じ、県産花きのロゴマーク「さぬき讃フラワー」の認知度を向上させ、県産花きのPR活動を促進します。
- ◇ラナンキュラス「てまり」シリーズやカーネーション「ミニティアラ」シリーズなどのオリジナル品種を中心に、日持ちがよく、豊富なカラーバリエーションを消費者にPRすることで販売強化を図るとともに、香川県産花きを積極的に取り扱う「香川県産花き取扱協力店」を認証し、県産花きの消費拡大を進めます。
- ◇農業者団体、花市場、関係機関等と連携し、フラワーフェスティバル等のイベントを開催し、県産花きの消費拡大に努めます。
- ◇県内外の主要市場でのトップセールスや商談会への参加を支援し、産地からの情報発信及びPR活動を推進します。
- ◇SNSなど様々な情報発信ツールを利用することによる効果的なプロモーションを行うとともに、ストレス軽減等の花きの効能を発信していきます。
- ◇新たな生活様式に対応したホームユース需要を喚起するため、インターネットでの販売や定期配送（サブスクリプション）サービスなど、新しいチャネルを用いた販売活動の取り組みを推進し、新しい生活様式に対応した需要の掘り起こしを行います。



量販店でのPR活動



SNSでの情報発信



フラワーフェスティバルの開催

(2) 全国高校生花いけバトルの推進

◇「全国高校生花いけバトル」の開催を通して、花きの消費が少ないとされる若い世代をターゲットに、新しい需要の創出をめざすとともに、大会を通じて県産花きのブランド化の強化を図ります。

◇大会を通して、市場、生産者、小売等の花き業界全体の連携を図り、花き産業の活性化と賑わいづくりを進めます。



第三回全国高校生花いけバトル



第四回全国高校生花いけバトル
(オンラインでライブ配信)

(3) 花き文化の振興

◇生け花やお供え花、キクづくりなどの趣味園芸等、我が国の伝統的な花き文化の継承を促します。

◇コロナ後の新しい生活様式に対応した、家庭での花いけの普及・推進を図ります。

◇PRイベントやSNSによる情報発信などを通じ、「フラワーバレンタイン」など新しい物日における花贈り・花飾り習慣の定着を推進します。



「フラワーバレンタイン」PRイベント

◇生産者と連携し、地域の小学校や保育所・こども園、社会福祉施設等での花育活動を実施し、花への親しみを醸成するとともに、花き産業への理解を深めます。

◇観光と連携し、花を使った体験型の企画等により、県内外の消費者に対し、県産花きへの理解を深めます。



保育園児を対象とした花育活動

(4) 盆栽の需要拡大・輸出促進

- ◇交流拠点施設「高松盆栽の郷」を核とした情報発信や交流活動を促進し、他産業や観光とも連携した、地域資源としての「盆栽」を活用した産業化を推進します。

- ◇盆栽ワークショップや盆栽教室等の開催を支援し、盆栽に取り組むきっかけ作りを進めるとともに、SNS等を用いた若い世代への情報発信や、室内で盆栽を楽しむことのできる技術を開発し、広い世代への盆栽の普及をめざします。

- ◇JETRO等と連携し、ICT技術を活用したオンラインでの商談活動を進めるとともに、海外の盆栽販売業者との連携を促進し、輸出の拡大をめざします。

- ◇新しい生活様式に適応した、インターネット等による販売活動に対して支援します。

- ◇新たに輸出が解禁となったEU向け黒松盆栽について、EUの盆栽販売業者や愛好家に情報発信を進め、需要の掘り起こしを図ります。



「高松盆栽の郷」でのイベント



盆栽教室の開催

第4章 施策の目標・指標

【主要花きの生産額】 26億円（令和2年） → 26億円（令和7年）

【県オリジナル品種の栽培面積】

カーネーション「ミニティアラ」シリーズ、ラナンキュラス「てまり」シリーズ等
2.3ha（令和2年） → 2.8ha（令和7年）

【盆栽の輸出数量】 11,991本（令和2年） → 12,000本（令和7年）

第5章 品目別推進施策

1 キク

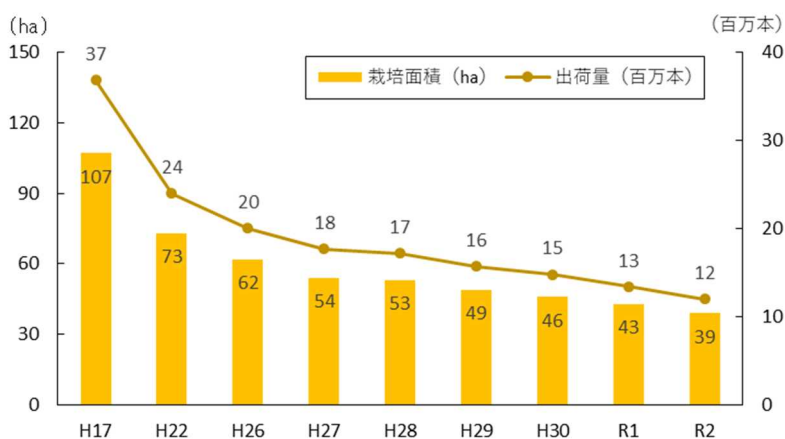
【現状と課題】

(現状)

- 令和2年の栽培面積は39ha、出荷数量は12,359千本となっています。県内の花き生産の中で、栽培面積、出荷数量ともに最も多く、中でも輪ギクが最も多く作られています。令和元年の出荷量は全国20位、輪ギクでは13位となっています。
- 栽培面積は徐々に減少傾向をたどり、特に近年減少率が大きくなっています。
- 栽培面積のうち、施設化率は70%で、輪ギクでは90%が施設栽培です。後継者のいる農家では新たな設備投資が行われており、近年の燃油高騰に対して、高保温性被覆資材やヒートポンプなども導入も進んでいます。環境モニタリングシステムの導入も一部で進んでいます。
- 葬儀需要への依存から脱却するため、ホームユース向けに対応した短径・脱葉処理での出荷や、アレンジメントに等にも使える新しい花色・花形の品種の導入も進んでいます。

(課題)

- 新型コロナウイルス感染症の影響により、葬儀の規模が縮小され、これまで主体であった葬儀需要が減少しており、コロナの収束後も大きな改善は見込めないことから、ホームユースや贈答など、これまでと異なる使い方を提案していく必要があります。
- 生産者の高齢化等により、生産基盤の脆弱化が懸念されているほか、輸送体系がひっ迫する中で、市場への集出荷や輸送体系の効率化が求められています。



キクの栽培面積と出荷量の推移

【対策】

(生産対策)

- ホームユース需要に対応した規格の導入を促進します。
- ICT技術を活用した環境モニタリングや統合環境制御システムの導入による安定出荷や高品質化を推進するとともに、施設の整備を支援します。
- 担い手へ重点的に支援することによる経営規模の拡大を支援します。

(流通・販売対策)

- 新しい生活様式に即した、葬儀需要に代わる新たな需要の創出及び消費者への情報発信を図ります。

2 ヒマワリ

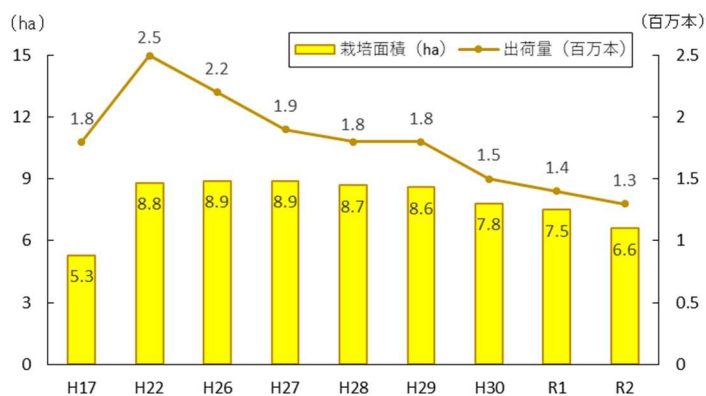
【現状と課題】

(現状)

- 令和2年の栽培面積は6.6ha、出荷数量は1,266千本となっています。令和元年の出荷数量は全国3位となっています。
- 平成16年頃から、切花専用の品種が充実し、かつ需要の伸びとも相まって、栽培面積、出荷数量、出荷額ともに増加した品目です。令和2年は新型コロナウイルス感染症の影響を考慮して作付けの見合わせがみられたことにより栽培面積、出荷量が減少しました。
- 栽培面積のうち、施設化率は約64%で、露地と組み合わせた作型を行っています。
- ほぼ通年出荷されており、出荷最盛期は5～6月で、「父の日」の花材として定着しつつあります。
- 集出荷体制に関しては、ほとんどが生産部会による共同出荷であり、一部で持ち込み共選も行われています。
- オレンジ系、レモン系など20種以上の品種が栽培されており、実需者ニーズに適應した品種の選定が行われています。

(課題)

- 病害等により、生産性の低下がみられており、対策が急務となっています。
- コロナ後に変化した需要に対応する新しい栽培方式や規格が必要となっています。
- 露地でも栽培可能な品目であり、単価の年次変動が大きい中、契約取引の増加や市場シェアの確保が必要です。



ヒマワリの栽培面積と出荷量の推移

【対策】

(生産対策)

- 土壌消毒や耐病性品種の導入等の病害虫対策を進め、安定生産を図ります。
- 新しい生活様式に対応した、ホームユース需要への対応を検討します。
- 実需者ニーズを踏まえた計画的な栽培を行うとともに出荷予定日、予定本数を把握し、市場に的確に情報を伝えることにより、産地の地位を確立します。

(流通・販売対策)

- 6月の「父の日」の花材としてさらなる定着を図るとともに、新たな需要を創造するため、SNS等を活用した消費拡大PRを行います。
- 市場・小売等と連携し、情報の交換を密にして信頼される生産出荷体制を確立し、契約取引の割合を高めることにより安定した販売単価の維持を推進します。

3 マーガレット

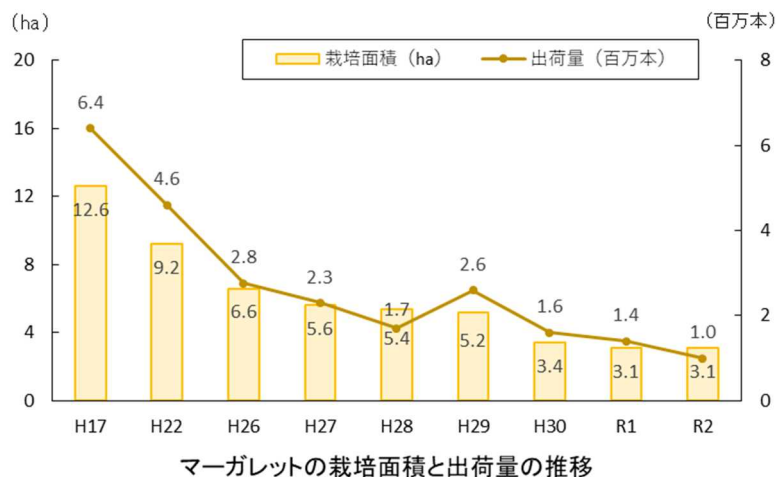
【現状と課題】

(現状)

- 令和2年の栽培面積は3.1ha、出荷数量は1,021千本となっています。令和元年の出荷数量は全国1位となっています。
- 平成2年頃までは、病害虫の発生等により出荷本数が伸び悩んでいましたが、優良種苗の供給体制の整備や施設化率の向上により、出荷量は平成9年まで順調に増加しました。
- 栽培面積は温暖化による露地作型の品質低下、高齢化や市場単価の低迷により徐々に減少しています。
- 出荷量については穏やかな減少となっています。また、隔離ベッド栽培、高機能遮光資材、多段サーモなどの導入による施設の高度化により、品質の向上が図られ、高い市場評価を得ています。
- 殆どが生産部会による共同出荷が行われています。

(課題)

- 土壌性病害による反収の低下について、対策が必要となっています。
- 系統分離による形質や開花期のばらつきが課題となっており、改善が求められています。
- 新たな需要の喚起と、それに応じた出荷形態が求められています。



マーガレットの栽培面積と出荷量の推移

【対策】

(生産対策)

- 全国トップ産地を維持するための高品質・安定切花生産体制を推進します。
- 気候変動の影響を低減させるため、暑熱対策技術の確立をめざします。
- 系統選抜とその優良種苗の供給により、形質及び開花期の安定化と生産性の向上を図ります。
- 年内出荷作型の安定生産を図るため、施設の高度化を図ります。
- 台風などの強風に耐える耐候性ハウスの導入を推進します。

(流通・販売対策)

- SNS等を活用し、バレンタイン等の花贈り活動を推進します。
- 新たな需要の掘り起こしのため、白以外の花色の出荷に取り組みます。
- 日持ち性の向上のための鮮度保持技術や、実需者ニーズを踏まえた出荷形態の検討を行います。

4 カーネーション

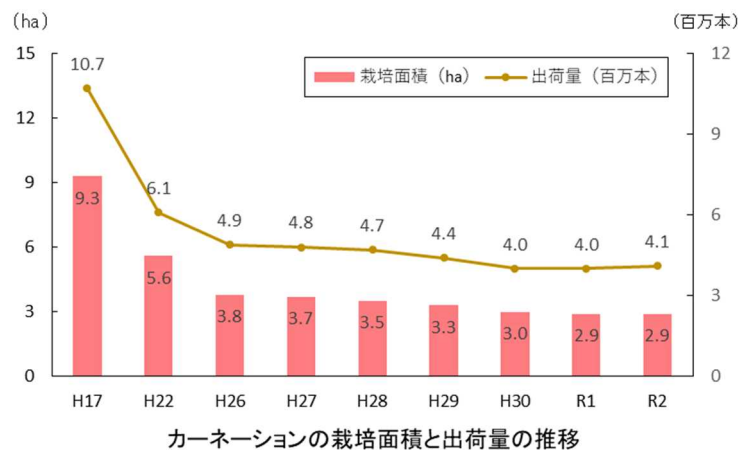
【現状と課題】

(現状)

- 令和2年の栽培面積 2.9ha、出荷数量 4,055 千本です。令和元年の出荷数量は全国 10 位となっています。
- 一部では環境モニタリングシステムの導入などデジタル化技術が導入されています。
- 栽培面積は、輸入量の増加、燃油価格の高騰、高齢化により面積の減少が続いていましたが、ここ近年は安定して推移しています。
- 品種数が非常に多く、市場ニーズに応じて多品種少量生産が中心となっています。
- 県オリジナル品種の「ミニティアラ」シリーズは、従来にはない花形が市場などから高い評価を受けており、年間を通じて流通するように北海道等とリレー栽培を行っています。

(課題)

- 地球温暖化に伴う気候変動により、品質低下や生産性の低下が見られており、暑熱対策などの気候変動に対応した栽培技術の確立が必要です。
- 輸入品が全体の流通量の 60% を占めており、生産物の価格安定対策が急務となっています。
- 燃料費等の高騰により経営コストが増加しており、低コスト化・省力化が求められています。
- コロナ後に変化した需要に対応する新しい栽培方法や規格が必要となっています。



カーネーションの栽培面積と出荷量の推移

【対策】

(生産対策)

- 暑熱対策などの気候変動に対応した栽培技術の確立と普及を進め、年内出荷の高品質・安定生産を図ります。
- ICT技術を活用した環境モニタリングや統合環境制御システムの導入による高品質・安定生産を図ります。
- 輸入品と競合しないオリジナル品種のバリエーションを増やし、経営安定を図ります。

(流通・販売対策)

- バレンタイン、ホワイトデー等の新たな物日の需要拡大に向けてPR活動を行います。
- 市場・小売と連携し、情報の交換を密にして安定した販売単価の維持を推進するとともに、ホームユース需要に対応した品種や出荷形態を検討します。
- リレー産地と連携し、「ミニティアラ」シリーズのブランドのシェア拡大を図ります。

5 ラナンキュラス

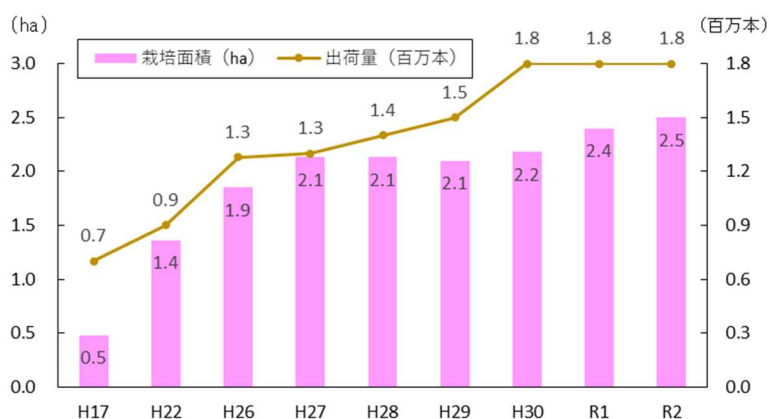
【現状と課題】

(現状)

- 令和2年の栽培面積は2.5ha、出荷数量は1,843千本となっています。令和元年の出荷数量は全国2位となっています。
- 平成15年頃までは、県内の一部地域での生産に限られ、病害虫の発生等もあり、面積・出荷本数ともに伸び悩んでいましたが、優良種苗の供給事業が開始され、県オリジナル品種の導入もあり、県内全域に栽培が拡大するとともに、出荷本数も増加しています。
- 施設下で栽培され、病害虫対策のための防虫網は、ほぼ全てのほ場で整備されています。
- 縦箱出荷の統一や日持ち性向上技術の活用により、品質への市場評価も高まっています。
- 共同出荷が行われているほか、一部個別出荷が行われています。

(課題)

- 生産者のニーズに応じた、優良種苗の確保が課題となっています。
- ほ場ごとに反収のばらつきが見られ、その対策が求められています。



ラナンキュラスの栽培面積と出荷量の推移

【対策】

(生産対策)

- 全国トップ産地を目指した生産拡大と高品質な切花生産を推進します。
- 生産者の希望に応えられる、優良種苗の安定的な供給体制を強化します。
- オリジナル品種の花色を中心としたバリエーションの拡大と栽培技術の開発により、市場での差別化と生産性の向上を図ります。
- 新規栽培者の早期の経営安定化のため、重点的な栽培指導を行い、品種に応じた栽培管理の確立を図るとともに、作業性の向上やコスト削減を図ります。
- 栽培面積の拡大を図るため、低コスト化や作業効率の向上技術の検討を行います。

(流通・販売対策)

- 市場・小売と連携し、オリジナル品種「てまり」シリーズの積極的な広報を行います。
- バレンタインデー等のイベントでの消費拡大PRや花育活動を通じ、若い世代の消費拡大を目指します。
- 市場データを把握し、多品種・小ロットが中心のラナンキュラスの市場流通の中で、「品質が良く一定のロットが安定的に確保できる産地」としての立ち位置を確立し、用途の拡大を図ります。

6 鉢物

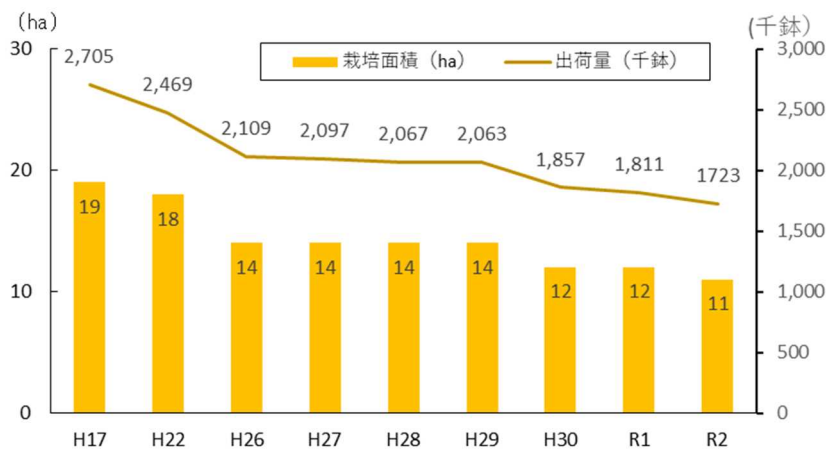
【現状と課題】

(現状)

- 令和2年の鉢物の作付面積は11ha、出荷数量は1,723千鉢となっています。令和元年の出荷数量は全国20位となっています。
- 燃料費や資材費の高騰により、栽培者数は減少傾向にあり、平成27年に56名でしたが、令和2年には45名となっています。
- 実需者ニーズの多様化が進み、多品目少量生産や小鉢生産が求められています。また、生産者が育成したオリジナル新品種を中心に、それぞれの個性を生かした商品作りが行われています。
- 運輸業界の人手不足等により、流通状況がひっ迫しており、輸送費についても上昇傾向にあります。

(課題)

- 燃油や生産資材価格の高騰により、生産コストが増大しており、コスト削減技術の導入が必要です。また、生産資材については持続可能性の視点から、リサイクル可能な資材に取り組むことが求められています。
- 生産が多品目にわたるため、個々の生産に応じた細かな技術対策が必要です。
- 輸送の効率化や輸送資材の共通化、複数使用などによる流通状況の改善や輸送費の削減が求められています。
- コロナ後の新しい生活様式を見据えた、ホームユースに対応した商品の開発が求められています。



鉢物(盆栽以外)の栽培面積と出荷量の推移

【対策】

(生産対策)

- 省エネ対策の推進や、生産資材の共通化、出荷作業の効率化などによりコスト削減を進めます。
- 鉢素材や鉢土の素材にリサイクル可能な資材の導入を進め、持続可能な農業の推進に役立っています。

(流通・販売対策)

- 市場や運送業者と連携し、ICT技術を活用したデータの共有化を図ることにより、出荷・輸送体系の効率化を図ります。

7 盆栽

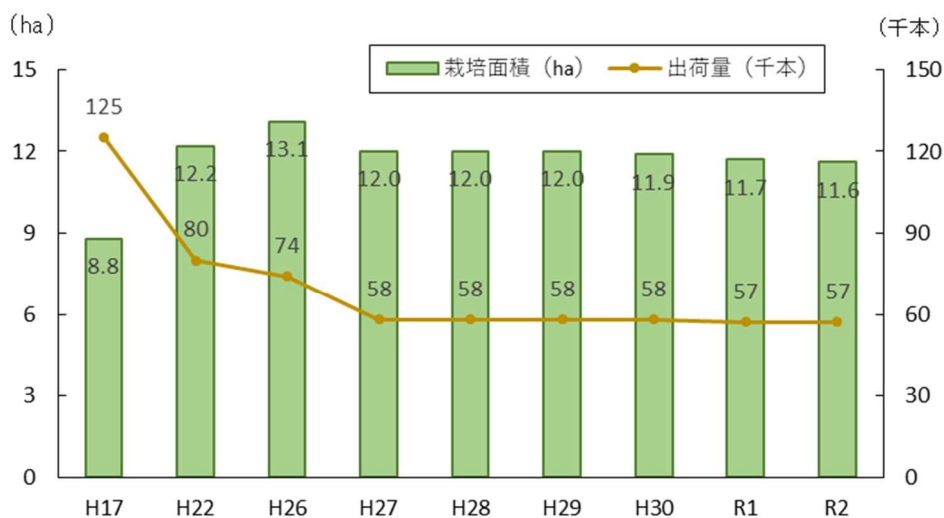
【現状と課題】

(現状)

- 令和2年の栽培面積は1,162ha、出荷数量は57千本となっています。令和元年の出荷数量は全国3位、マツ盆栽では1位となっています。
- 主な栽培種は黒松が最も多く、次に五葉松、錦松等が生産されており、その他真柏や実物盆栽等が生産されています。
- 流通については、各産地単位に競り市が開催され、県内外の仲買人などに販売されています。以前は大型～中型の商品の取引が多かったのですが、住宅事情の変化や、景気の低迷により、小ぶりの商品の取引が多くなっています。
- 輸出については平成元年ごろから取り組まれており、台湾やEUをはじめ、世界各国へ出荷されていますが、コロナウイルス感染症の影響により、商談活動や物流が困難となっています。また、検疫条件が各国で異なるため、国に応じた対応が必要となっています。
- 令和元年に「高松盆栽の郷」がオープンし、盆栽の販売やイベントなどが実施されています。

(課題)

- 国内については、住宅事情の変化などにより大型のものから小型のものにニーズが変化しており、特にコロナ後の新しい生活様式に対応した商品の開発が望まれています。
- 生産者の高齢化や、後継者の不在により産地の維持や技術継承が難しくなっており、苗木づくりに必要な施設の整備や、技術継承への支援が求められています。
- コロナ後の海外での需要回復も見据えながら、ICT技術を活用した商談活動や、物流状況の改善を加速させる必要があります。
- 「高松盆栽の郷」を核として、地域の産業化に取り組んでいく必要があります。



盆栽の栽培面積と出荷量の推移

【対策】

(生産対策)

- 産地の維持に必要な育苗施設等の整備に対し支援を行います。
- 盆栽の研修制度を充実し、次代の担い手育成や、輸出後の管理技術の向上を進めます。
- スマート技術を活用し、栽培技術の「見える化」を進め、技術継承の促進に努めます。
- コロナ後の新しい生活様式に対応した商品の開発と栽培技術の確立を図ります。
- 相手国の検疫条件に対応した病害虫防除技術の確立と普及に取り組みます。

(流通・販売対策)

- 特に若年層に向けて、盆栽を気軽に取り組むことができる環境づくりを進めます。
- ICT技術を活用し、輸出のための商談等を支援するほか、物流状況の改善を支援します。
- 地域資源としての「盆栽」を中心とした産業化を推進します。



<さぬき讃フラワー>

香川県で生産された花きを多くの方に知ってもらいたい、利用してもらいたいという思いから、県産花きをPRする独自のロゴマーク「さぬき讃フラワー」を作成しました（商標登録申請中）。

香川県の形に花の形を重ね合わせたデザインで、視覚的に地域性を表現しています。カラフルな配色は、様々な花が、香川県で心を込めて生産されていることを意味します。