

マーガレット産地の活性化に向けた取組

■JA香川県三豊マーガレット部会■

(西讃農業改良普及センター ○吉田美優、村口浩)

●対象の概要

三豊市詫間町・仁尾町は瀬戸内海に面し、温暖な気候を生かした花き生産が盛んである。その地域を中心とした「JA香川県三豊花卉部会」ではマーガレット、ヒマワリ、ラナンキュラス等の様々な草花が栽培されている。その中でもマーガレットは昭和30年代と古くから導入され、現在、施設を中心に生産者32名で栽培されており、生産量118万本(令和元年度産)の基幹的品目となっている。

●課題を取り上げた理由

本県のマーガレット産地では、生産者の高齢化・後継者不足に加え、販売単価の低迷や収量の低下による収益性の低下によって、生産量及び栽培面積は年々減少している。しかし、生産量は日本一であり、有利販売が可能と見込まれる上に、他品目と比較して栽培に手間がかからないことからマーガレットをさらに推進し、産地の活性化を図るため、活動を行った。

●普及活動の経過

新たな優良系統を選抜し、収量の低下の改善を図った。さらに、花の里かがわ推進委員会、JA香川県など関係機関とも連携し、市場ニーズに対応した出荷形態の検討や新たな需要の発掘に向けたPR活動を行い、販売単価の向上を図った。

1 優良系統の選抜

10月からの早期出荷向けに栽培されている従来の「早生系統」は花芽分化期に高温に遭遇することにより、開花遅延や花径が小さくなる傾向がある。そこで、農業試験場と連携し、高温の影響を受けても開花遅延しにくく、かつ花径の大きな優良系統を現地で選抜して特性調査を行い、従来の「早生系統」からの転換を図った。

2 市場ニーズの抽出

普及センターが企画し、三豊花卉部会の主要な

出荷先である㈱大田花き(東京都)でマーガレット市場評価調査検討会を開催し、生産者と市場関係者が意見交換を行う機会を設けた。さらに、㈱なにわ花いちばでの意見交換も踏まえて、以下の2点の市場ニーズを抽出することができた。

1) 年内出荷のマーガレットは出荷中に水が落ちやすく、葉が萎れるという問題点があり、その対応が求められている。

2) 白花一色だけでなく黄色や赤色も混ぜ合わせた混色出荷に対する要望がある。

これらの市場ニーズに的確に対応するために、部会と出荷形態について検討を行った。

3 消費拡大に向けたPR活動

マーガレットは鑑賞期間が過ぎても花卉が落ちない特徴から、受験生を応援する「落ちない花」としてPRを行ってきた。それ以外にも新たな需要を発掘することを目的に、消費拡大に向けた販促活動を行った。

●普及活動の成果

1 優良系統の導入

従来の早生系統(以下、従来早生)から現地選抜した「選抜早生系統」を「従来早生」と比較して特性調査を行ったところ、「選抜早生系統」は花芽分化期の高温に比較的強く、開花が1~2週間程度早くなり、開花揃いも良いことから、株当たり収穫本数は2~3本程度多くなることが分かった。この結果を部会と共有し、全て「選抜早生系統」に入れ替えることとなり、令和元年度から種苗の供給が開始された。

表-1 選抜早生系統と従来系統の比較

区分	従来早生	選抜早生
切り花長(cm)	76.5	82.9
花径(mm)	38.9	41.4
株あたり収量(本)	7.6	9.9

2 市場ニーズに対応した出荷形態の検討

1) 蒸散量を減らし葉の萎れを軽減することを目的に、脱葉処理を従来より多くして、市場出荷後

の切花品質について調査を行った。その結果、従来の1/3脱葉と比較して、1/2程度の脱葉は生け花中の下葉の傷みが一週間程度遅れることが分かった。

2) 混色出荷の要望に対応するため、白色を主体に黄、赤色の品種を混ぜた混合箱で試験販売を行い、その販売単価や市場での評価を調査した。

これらにより、市場ニーズを的確に捉え、販売単価の向上に繋げていきたいと考えている。



1/2 脱葉(左)と慣行の 1/3 脱葉(右)

3 新たな需要の発掘

新たな需要を発掘し、消費拡大するためのPR活動として以下の3点を行った。

1) リーフレットの作成

市場関係者によるとマーガレットを購入するのは年配の花屋が多い傾向にあることから、世代交代した若い花屋にターゲットを絞ったデザインのリーフレットを作成した。アレンジ方法や装飾方法など、受験期以外にも普段使いできるホームユース向けの内容を記載した。



作成したリーフレット

2) 大田市場でのPR活動

(株)大田花きで、三豊マーガレット部会の女性生産者らとともに、販売促進活動を行った。マーガレットと前述のリーフレットを配布して、その魅

力を伝えた。

3) SNS等を利用したPR活動



セリ場から出てくる買参人へPR

三豊花卉部会ではこれまで生産現場の情報を発信するツールがなかったため、部会やJA三豊地区営農センターと連携してFacebookページを立ち上げ、定期的に市場や消費者に向けて産地の紹介・開花状況を発信した。また、三豊市観光交流局と連携し、一般消費者に部会の花を知ってもらう機会を創出した。

これらのPR活動により、昨春の新型コロナウイルスによる緊急事態宣言の影響下で花きの販売価格が低迷した中においても比較的安定した単価で販売することができ、前年の栽培面積を維持することができた。

表-3 マーガレット栽培面積の推移

年度	H28	H29	H30	R1	R2
面積(a)	540	520	335	312	312

●今後の普及活動の課題

1 高温対策

異常気象がみられる昨今の状況の中で、マーガレットも年々栽培し難くなっている。特に令和2年の夏は例年より暑く、7月下旬の高温期に定植した苗の初期生育不良が多く発生した。早期定植における安定した年内出荷を目指し、施設の温度を下げる対策が必要である。

2 さらにPR活動

コロナ禍でホームユース向け花きの需要は高まってきていることから、それに乗じてさらなる販売促進活動を行い、マーガレットが安定的に取引され、高い収益性を持つマーガレット生産に向けて支援を行っていく。

このような取り組みを通じ、マーガレット産地のさらなる活性化と後継者不足の改善を図りたい。