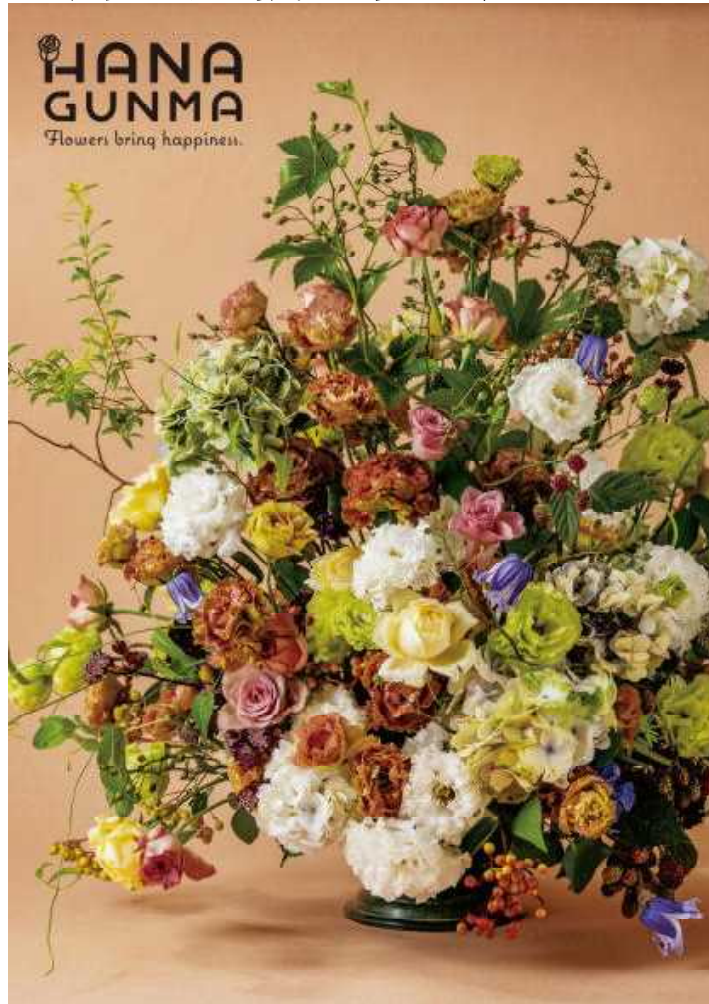


目標年度
令和7年度

群馬県花き振興計画 (第7次)

世界で輝く力強い花き産地づくりへ



令和2年3月
(令和4年3月 一部改正)
群馬県農政部

はじめに

群馬県の花き生産は、恵まれた自然環境と首都圏に位置する立地条件をいかし、平坦地から中山間地まで、地域の特性に応じた多彩な花きが栽培されています。

しかし、花き生産の状況を鑑みますと、嗜好性が高い品目であるため景気の影響を受けやすく、バブル崩壊以降長らく消費の低迷が続いている状況で、販売単価が低下傾向にあります。さらに、安価な輸入切り花の増加や、生産資材費の高騰などにより、花き生産農家の経営環境は厳しい状況が続いています。

一方で、県内花き生産者の技術研鑽により、環境制御技術の積極的導入や栄養診断技術の定着により、国内でも屈指の品質を誇る産地として市場関係者から期待されており、若手の後継者が育つなど明るい兆しも見えております。

県では、国が平成26年に制定した「花きの振興に関する法律」に基づき、県内産地の動向や本県の持つ強みをふまえ、令和6年度(※)を目標とする「群馬県花き振興計画」を策定いたしました。

今後はこの計画を基本として、生産者、関係機関、関係団体と連携し、本県の花き振興に関する施策を積極的に推進していきますので、関係の皆様のご理解とご協力をお願いいたします。

結びに、本計画策定にあたり、多大なご尽力をいただいた「群馬県花き振興計画策定検討会議」の構成員及びご協力いただいた関係各位に対し、深く感謝を申し上げます。

※改訂後の目標は「令和7年度」

令和2年3月

群馬県農政部長 吉野 努

目次

第1章	計画策定の考え方 -----	1
第2章	振興方針 -----	2
	1. 基本方向	
	2. 基本目標	
	3. 群馬県花き生産の現状と課題、対応方向	
	(1)担い手対策	
	(2)生産対策	
	(3)流通・販売・需要拡大対策	
	(4)新たな生活様式による需要構造変化への対応	
第3章	重点課題プロジェクト -----	13
	①複合環境制御技術によるバラの高収量・高品質産地の育成	
	②産地競争に負けない日本一のカーネーション産地の販売力強化	
第4章	重点9品目推進計画 -----	15
	I. スプレーギク	
	II. コギク	
	III. バラ	
	IV. トルコギキョウ	
	V. 枝物類	
	VI. シクラメン	
	VII. カーネーション(鉢物)	
	VIII. アジサイ(鉢物)	
	IX. 花壇用苗類	
第5章	地域別推進計画(地域推進品目推進計画) -----	42
	I. 中部地域(ハナモモ)	
	II. 西部地域(シンビジウム、宿根草類、エラチオールベゴニア)	
	III. 吾妻地域(輪ギク、リンドウ、宿根草類)	
	IV. 利根沼田地域(切花アジサイ)	
	V. 東部地域(輪ギク、エラチオールベゴニア、観葉植物、洋ラン(鉢))	
第6章	スマート農業を活用した花き生産の推進 -----	52
第7章	推進体制 -----	54
参考資料	花きをめぐる情勢 -----	55
	群馬県花き振興計画(第7次)策定経過 -----	62

第1章 計画策定の考え方

1. 策定の趣旨

本県では変化に富んだ自然条件と首都圏に位置する恵まれた立地条件を活かし、中山間地域から平坦地地域まで地域特性に応じて、特色ある花き産地が形成されており、バラ、スプレーギク、枝物類、シクラメン、アジサイ、花壇用苗類などの多彩な品目が栽培されている。

その一方で、業務用需要の減少や若年層の花離れによる消費低迷、輸入切花の品質向上と増加の影響を受け、花き販売価格は長期にわたり伸び悩んでおり、縮小傾向にある我が国の花き市場を巡り、産地間競争は激しさを増している。

このように、花きを取り巻く情勢が大きく変化している中、花きの振興に関する法律(平成26年12月1日施行)に基づき、国が定めた「花き産業及び花きの文化の振興に関する基本方針(平成27年4月10日公表)」を踏まえ、さらに県内花き産地の動向や社会的諸条件を考慮の上、6年後の令和7年度を目標とした本県の花き農業に関する振興計画を策定するものである。

2. 位置付け

本計画は、花きの振興に関する法律の第4条第1項に規定する振興計画策定に位置づけられるものである。また、「群馬県農業農村振興計画2021-2025」の花きに関する部門計画であり、花き振興にあたっての具体的な計画である。

3. 計画の期間

令和2年度を初年度とし、令和7年度を目標とする。ただし、農業・農村を巡る社会情勢の変化や、施策の効果・評価を踏まえて、適宜見直すこととする。

4. 計画の構成

群馬県花き振興計画の構成は、主に、振興方針、重点課題プロジェクト、重点9品目推進計画及び地域別推進計画(地域推進品目推進計画)、推進体制、花きをめぐる情勢とする。

振興方針では、対応策を示すとともに本県花き農業における目標値を設定した。

重点9品目推進計画では、本県が重点的に推進する9品目について現状と課題を整理した上で、その対応策を県及び地域ごとに示した。

地域別推進計画(地域推進品目推進計画)では、県内5地域(中部・西部・吾妻・利根沼田・東部)における推進品目についての対策を示した。

第2章 振興方針

1. 基本方向

花きに関する伝統と文化は、古来から人々の生活に深く浸透し、心豊かな生活の実現に重要な役割を果たしてきた。また、産業としても農業の担い手確保を図る上で重要な地位を占めてきた。

日本国内で商業的に生産・販売される花き品種は4万品種に達し、さらに年間2,000～3,000の品種が育成され、その数は世界一を誇るとともに、品質面においても国産花きは国際的に高く評価されている。その一方で近年、花きは嗜好品としての消費形態であることや、若年層の花離れによる消費低迷、加えて物流費高騰や新型コロナウイルス感染症の影響による切り花業務需要の低落により、花き栽培農家の経営は厳しい状況下に置かれている。

そんな中、本県花き生産は全国に誇る高い品質と、それを裏付ける優れた栽培技術、魅力あるオリジナル品種など、高いポテンシャルを持っている。

そのため、県では市町村、JA、花き生産団体等と連携しながら、今後担い手の中心となる後継者世代をはじめ、高い技術力を持ち意欲ある担い手の活躍をサポートすることで、本県花き産地の活性化、経営体質の強化と販売力向上による農家所得の向上、労働環境の改善等により、魅力ある花き経営の実現を目指す。

また、持続的な花き生産を支えるためには、新たな担い手が定着しやすい環境づくりや、消費者に向けた花きの活用拡大、花の新たな魅力発信や提案にも取り組む必要がある。

このため、本計画では、「担い手」、「生産」、「流通・販売・需要拡大」、「新たな生活様式による需要構造変化への対応」の各分野における各種対策に取り組み、地域や品目の特徴を活かした魅力ある「群馬」らしい花き産地づくり、そして国内だけでなく、「世界で輝く力強い花き産地づくり」を推進する。

2. 基本目標

(1) 基本推進スローガン

世界で輝く力強い花き産地づくり

(2) 全体目標

基準年
[平成30年度] 目標年度
[令和7年度]

群馬県産花き産出額 54億円 → 60億円

(3) 品目別数値目標

重点品目	作付面積(a)		出荷量(千本・千鉢)		農家数(戸)	
	平成30年 (基準年)	令和7年 (目標年)	平成30年 (基準年)	令和7年 (目標年)	平成30年 (基準年)	令和7年 (目標年)
スプレーギク	1,965	1,996	6,194	6,439	118	114
コギク	1,628	1,588	3,167	2,875	153	147
バラ	1,229	1,054	9,595	10,084	38	29
トルコギキョウ	582	579	1,660	1,732	46	45
枝物類(アジサイ除く)	21,003	18,836	3,914	3,542	197	176
シクラメン	1,003	966	580	563	59	56
カーネーション(鉢物)	688	624	675	583	38	32
アジサイ(鉢物)	440	440	250	250	16	16
花壇用苗物	5,219	7,517	16,639	28,421	—	—

平成30年(基準年)データは、「平成30年産群馬県の花き生産状況」(群馬県)を引用

3. 群馬県花き生産の現状と課題、対応方向

(1) 担い手対策

① 現状と課題

高齢化により農業全体の担い手不足が深刻な問題となっている中で、花きにおいては高い収益性が期待されるバラや鉢物において、後継者の確保とともに世代交代も進み、全国レベルの品評会や展覧会で上位入賞するなどの活躍が見られる。

特に高齢化や後継者不足が著しく進行している中、中山間地域では花き経営を軸とした移住も含めた就農や、受け入れ体制の整備などの優良事例が見られる。

花き農家の経営においては、燃油及び資材の高騰により厳しい状況が続いている。そのため投資が大きい施設花きを中心に、経営難から廃業や品目転換などを余儀なくされるケースも散見されている。

これらのことから、担い手の確保・育成はこれまで以上に重要度、緊急度が増しており、県内の優良事例を参考にしながら、市町村やJA、生産者組織等が情報共有と密な連携を図ることにより、地域や品目に応じたきめ細やかな対策が求められている。それと同時に、既存生産者も含め、厳しい経営環境を勝ち抜く栽培技術の確立と経営能力の向上などにより、花き経営を継続するための対策が必要である。

② 推進対策

A 地域や品目に応じた担い手の確保・定着支援と地域の核となる担い手育成

- a) 新規就農者、定年帰農者、U・I・Jターン就農者の掘り起こしと定着支援に向け、県（農業構造政策課、技術支援課、農業事務所）や市町村、JA等が一体となり、幅広い対象に向けた就農相談窓口の設置や受け入れ体制整備に取り組む。そして、関係機関が連携のもと、全国の就農相談フェアや広報媒体を通じて花き生産への参入を呼びかけるなど、県内外から幅広く担い手候補者を掘り起こす。
- b) 就農相談や就農支援においては、就農希望者の実情に合わせ、品目や経営形態など幅広い選択肢の中からスムーズに就農し定着できるよう県（農業構造政策課、技術支援課、農業事務所）、市町村等が連携し、多様な経営スタイルを提案する。また、県（蚕糸園芸課、技術支援課、農業技術センター、農業事務所）や市場関係者が連携し、地域を越えた県域研修会やモデル的な生産者との意見交換会の開催、SNSやホームページを活用した情報発信など、技術や経営、販売などの情報共有を密にして担い手確保及び定着を図るとともに、生産振興を効果的に推進する。
- c) 担い手のそれぞれの現状に合わせた定着支援や育成を図るため、農業事務所を中心に経営及び栽培技術に応じたレベル別研修の開催や重点支援等に取り組む。また、市場出荷だけでなく業者や消費者への直接販売、直売所出荷など販売先別や経営管理等に関する目的別の研修にも取り組む。
- d) 露地花き栽培における経営指導においては、技術支援課や農業事務所が中心となり、地域特性に応じた複合経営としての花きの位置付けを明確にし、野菜や果樹、米麦、こんにやくなど他品目との複合経営モデルで示すことで、花きの導入を推進し、担い手確保に取り組む。
- e) 経営管理力向上、経営継承の円滑化、経営規模拡大等に向け、県（農業構造政策課、技術支援課、農業事務所）、農業経営相談所が中心となり企業の経営体への育成（法人化）に取り組み、大規模花き経営の実現を支援する。

f)コギク、スプレーマム、枝物等における高齢化の進展は、生産性や品質の低下をもたらし、経営規模拡大の制限要因の一つにもなっている。そのため、多様な人材の活用や農福連携、雇用管理の徹底等による労働力確保に取り組む必要があり、県（農業構造政策課、蚕糸園芸課、技術支援課）では情報収集及び提供、研修会開催などに取り組むとともに、農業事務所では市町村、JA、生産者とともに具体的対応策を検討し、各地域に合わせた取り組みを進める。

B 生産組織の活動支援

a)生産組織は、生産者間の技術研鑽や販売促進などを図るとともに、産地の課題解決や生産者同士の連携、新規栽培者の受け入れ、定着促進の面でも重要な役割を果たしている。そのため、生産組織の会員である生産者を中心に農業事務所やJAによる支援により、組織の効果的な運営、活動活性化等に取り組む。

b)県域で自主的な活動を行っていない品目（バラ、鉢物、洋ラン、花壇苗以外）においては、群馬県園芸協会花き部会を通じて、蚕糸園芸課が中心となり品目毎の振興や課題解決について支援する。

C 中山間地域の花き産地振興

a)県内の中山間地域では高齢化や担い手不足、過疎化が著しく進展する中、南牧村や中之条町六合地区などでは行政が中心となり、花き生産者や地域住民が一体となった新規就農者受け入れに向けた取組が実を結び、移住も伴った就農事例もみられる。そのため、「花き振興＝地域振興」の結びつきが強い産地については、優良事例を参考に、当該地域の生産者、住民、農業事務所、市町村、JA等が連携した振興体制を整備し、新規栽培者の受け入れ（移住も含め）や生産振興を図る。

b)野生動物の生息域拡大により、中山間地域では鳥獣害被害が深刻化している。キクや枝物類では、食用作物に比べて鳥獣被害の影響を受けにくいことから、中山間地域の生産振興品目に位置づけ、JAや市町村、農業事務所等が連携し、鳥獣被害対策の一環として花きの作付拡大を推進する。

c)耕作放棄地対策の一環として、枝物をはじめとした土地利用型及び省力型の花き品目の作付拡大を推進する。

(2) 生産対策

①現状と課題

本県産花きは、生産者や関係機関による長年の技術研鑽により、バラ、シクラメン、アジサイ（鉢物）、カーネーション（鉢物）を中心に全国屈指の高品質を誇っている。しかし、消費減少や輸入品も含めた産地間競争の激化などにより市場単価は総じて伸び悩む一方、燃油及び資材、物流費の高騰により経営は厳しい状況が続いている。

そのような状況において、生産者の利益を確保、増大するためには複合環境制御技術の確立、作業省力化に向けたスマート農業の推進、消費者ニーズに即した商品生産の推進、切り花類の出荷期拡大、難防除病害虫の防除対策、気象災害対策、品評会及び展示会による生産技術研鑽、MPS手法等を活用した生産技術及び経営の改善などを推進する。

②推進対策

A 複合環境制御技術の確立、作業省力化に向けたスマート農業の推進

- a)バラやキク、トルコギキョウについては、様々な環境要素の「見える化」や複合環境制御技術の確立、普及に向け、農業事務所を中心に情報通信技術（ICT）を使ったスマート農業を推進し、単収増大と高品質化による生産性向上を図る。
- b)農業技術センター、技術支援課及び農業事務所が連携し、生産現場における多くの環境要素についてモニタリングデータや生産実績に基づいた検証を行う。さらに、複合環境制御やスマート農業を実現するための機器を導入した生産農家に対し、確実に生産性向上へと結びつくよう情報収集及び共有、技術開発をすすめ、マニュアル化を図る。

B 消費者ニーズに即した商品生産の推進

- a)最大限の利益を得るためには、これまでの品質を追求した高価格帯商品の生産だけでなく、量販店をターゲットにした値頃感のある規格品の生産など、消費者や販売店のニーズを捉えた発想と経営判断に基づく商品づくりが必要である。そこで、農業事務所やJAは、産地や生産農家が市場や販売店から情報収集できる機会を提供するため、産地見学会の開催や商談会の出展を支援する。
- b)技術支援課や農業事務所は農業経営相談所と連携し、各生産者の経営判断要素となるコスト計算等経営分析の支援に取り組み、利益確保の方策を検討する。

C 切り花類の出荷期拡大

キクや山野草において単位面積あたりの販売額増加を図るため、株冷蔵等の技術や日長処理、露地品目の施設化、品種選定による出荷期間の延長に取り組む。そして、生産技術面についてはJA、技術支援課及び農業事務所が、施設化等の補助事業活用については市町村や農業事務所が中心となって推進を図る。

D 難防除病害虫の防除対策

農業技術センター、技術支援課及び農業事務所は、防除が困難となっているウイルス病やアザミウマ類、ハダニ類、クビアカツヤカミキリ等の防除技術や被害対策の普及に取り組むほか、防除作業の省力化も併せて検討し、技術普及を図る。

E 気象災害対策

- a)近年、発生が頻発する気象災害（高温や台風、大雪など）による被害軽減を図るため、市町村、JA、蚕糸園芸課、農業事務所が連携し、生産者自らができる施設の補強対策、ほ場管理等の技術指導、防災意識の向上を図る。また、補助事業を活用した施設強靱化もあわせて推進する。

b) 気象災害など不測の事態による生産者の収入減に備え、農業共済組合は、県（技術支援課、農業事務所等）と連携し、収入保険制度や農業共済制度への加入を推進する。

F 品評会、展覧会による生産技術研鑽

県内外での花品評会や展覧会は、生産者間の技術研鑽につながる。また、新規栽培者や後継者世代にとっては自身の技術レベルを測る場として、生産へのモチベーション向上にもつながることから、蚕糸園芸課、群馬県園芸協会が連携し継続な開催を支援する。

G MPS手法等を活用した生産技術及び経営の改善

MPSやGAPの手法は、生産や経営に関する各種データの蓄積につながり、自らが管理の見直しや改善、農作業安全に取り組む有効なヒントとなる。そのため、県（技術支援課、農業事務所）とJA等が連携してMPSやGAP等の活用を推進し、生産工程管理による経営改善等につなげ、自立した経営体を育成する。

【参考】

MPS（花き産業総合認証）

花きの生産業者と流通業者を対象とした、花き業界の総合的な認証システム。花きの先進国オランダにおいて環境負荷低減プログラムとしてスタートし、現在は鮮度及び品質保証、労働環境など、認証の幅を広げている。2018年現在、世界45カ国以上、約3,200団体が認証を取得。

MPSの最大の特徴は、花きの生産だけで完結せず、流通を含めた花き業界全体が一体となった取り組みを可能とした点にある。

認証取得により、花きの生産、流通の現場における環境、鮮度、品質管理に対し、取組主体の意識レベル向上が期待される。また、企業においては社会的責任として環境、鮮度、品質管理に取り組んでいることも示すことができ、高付加価値化によるブランド化や他商品との差別化につながる。

GAP（Good Agricultural Practice：農業生産工程管理）

農業において、食品安全、環境保全、労働安全等の持続可能性を確保するための生産工程管理の取組のこと。この取組により、持続可能性の確保、競争力の強化、品質の向上、農業経営の改善や効率化に資するとともに、消費者や実需者の信頼の確保が期待される。

なお、上記MPSにおける「MPS-GAP」認証は、花きにおけるグローバルGAP（国際基準のGAP）との同等性が認められている。

(3) 流通・販売・需要拡大対策

①現状と課題

1世帯当たりの切り花の年間消費金額は、平成9年の13,000円台をピークとし、現在に至るまで年々減少が続いている。この原因は、お盆、お彼岸などの歳時における花の利用が減少したことや、ライフスタイルの変化により庭、仏壇、床の間など、花の飾り場が減少し、花と親しむ機会が失われたことが挙げられ、特に若年層における「花離れ」の進行が課題となっている。

しかし令和2年以降、新型コロナウイルス感染症の影響は花きの需要構造に劇的な変化をもたらし、業務用途の切り花は市場価格の低迷が長期化する一方で、母の日ギフトや物日販売をはじめとするホームユース需要は好調となっている(現状分析の詳細は10ページに記載)。

こうした現状を踏まえ、販売面においてはこれまでのような品質の追求だけでなく、各業態や消費者が求める商品性や販売方法への対応(マーケットイン)、市場関係者及び実需者に対する出荷前の作柄や産地動向などの情報提供、マーケットに向けた産地の魅力発信、「群馬県産」の付加価値向上、マーケット対策の取組を強化しなければならない。

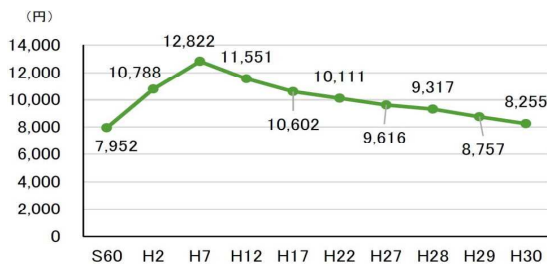
需要拡大対策においては、品目を越えた業界全体の課題である。児童及び生徒を対象とした花育の推進、ガーデニングや日常生活における需要創出など、多様な需要拡大に取り組む必要がある。

【参考】若年層の花離れについて

花きの購入金額は、長期的に減少傾向が続いている。また、世帯主の年齢別で見ると、若年層ほど購入金額が低い。

一方、MPSフローラルマーケティング(株)では、「子供の頃、花が身近にあった」と「1年間に花を購入したか」という2つの質問を行い、その相関関係を分析したところ、「子供の頃、花が身近になかった」と回答した者の多くが、1年以上花を購入していないことを明らかにしている。

以上のことから、若年層において花きの購入金額が低い理由として、仏壇、床の間、庭付き戸建て住宅の減少など、ライフスタイルの変化を背景に幼少期に花と触れる機会が減少したことが、花の購入金額の低下につながっていると分析されている。そこで、幼児及び児童に対し花と緑に親しみ、育てる機会を提供する花育活動は、やさしさや美しさを感じる情操面の向上とともに、花きの消費拡大につながることを期待されている。



1世帯当たり切り花の年間購入額推移
出典：総務省「家計調査年報」



世帯主年齢別切り花年間購入額(平成30年)
出典：農林水産省「花きの現状について」

	n=	□花をこの一年購入した □花をこの一年購入していない (%)	
		購入した	購入していない
全体	(520)	69.4	30.6
家の室内に定期的に飾られていた	(138)	80.4	19.6
家の室内に時々飾られていた	(170)	72.4	27.6
庭に花が咲いていた	(353)	72.8	27.2
花が身近になかった	(52)	38.5	61.5
その他	(6)	83.3	16.7

年少期における花きの触れ合いと花きの購入について
出典：MPSフローラルマーケティング(株)「花と環境に関する調査」

②推進対策

A 予約相対率向上に向けた産地の販売対策支援

- a)市場取引のうち、競売などに比べ価格が安定する「予約相対取引」での販売割合を向上させるため、JAと農業事務所が中心となって産地自らが将来を見据えた販売戦略を立て、市場調査や販売体制整備、トップセールスやトレードフェア等の営業活動など、販売力及び競争力の強化を図る。
- b)また、市場関係者及び実需者を対象とした営業活動の一環として、県(蚕糸園芸課や技術支援課、農業事務所)は産地見学会開催やSNS等による出荷前情報の発信、マーケティングやブランディングなどのノウハウの習得など、販路拡大に向けた効果的な取組を支援する。

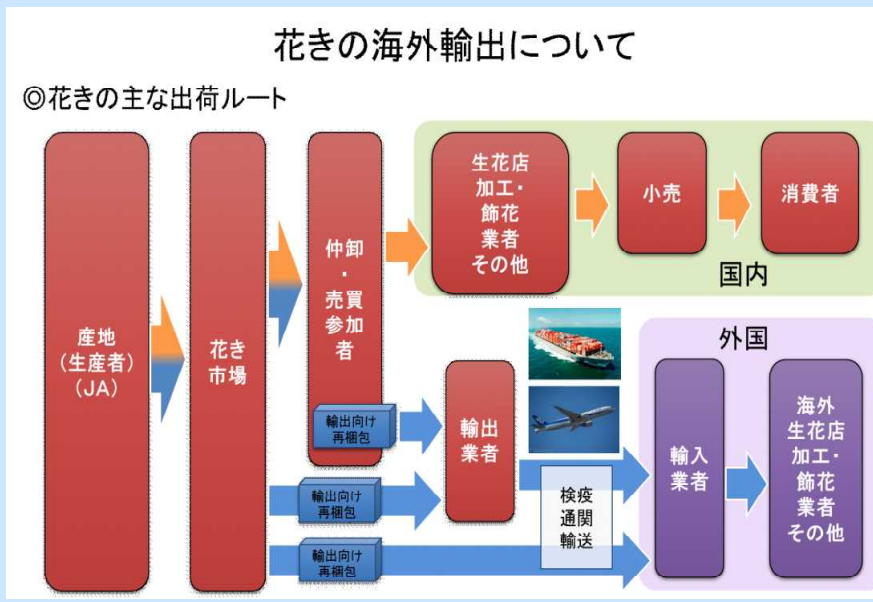
B 全農、JAの販売戦略支援

共選及び共販品目については、JA全農ぐんま及び各JAが中心となり販路拡大の取組が行われている。更にJA、県(蚕糸園芸課、農業事務所)、産地が連携して販売戦略を検討する場を設け、戦略的なマーケティング対策を加速させる。

C 県産花きの輸出推進

<花きの輸出について>

- 現在、花きの輸出は花き市場や仲卸業者等を介して行われ、相手国からの注文を発端に、国内出荷向けとして入荷した商品の中から、注文に合致する品物を選び、海外に仕向けている。
- そのため、輸出にあたり生産、調製、梱包など、産地への新たな負担は少ない(一部例外あり)反面、輸出の長期輸送に対応した切り前でないことも多く、産地の中には出荷品が、実は輸出されていることに気づいていないケースもある。
- 今後、輸出を伸ばすには、徹底した検品はもちろんのこと、相手国の輸送期間に対応した切り前、鮮度保持、検疫及び物流上の取扱い環境などに対応可能な商品選び、産地選びが重要となる。



- a)本県産花きにおいても、将来的な国内需要の減少を見据え、多様な販路を確保する取組として海外販路の開拓が必要である。したがって、今後は輸出業者と連携し、輸出に対応した収穫調製、梱包、貯蔵施設及び輸送体制を段階的に整備する。
- b)県(蚕糸園芸課、ぐんまブランド推進課)は、花き輸出を効果的に推進するため、国内花き市場を構成団体とする「花き輸出推進協議会」と連携し、効果的なプロモーション活動やバイヤー招へいなどによる市場開拓、輸出に意欲ある生産者への情報提供や研修会開催、輸出に対応し

た鮮度保持技術の検討を行うなど、販路開拓に向けた取組を実施する。

- c)特に、バラやアジサイの生産者組織は台中フローラ世界博覧会を契機に、輸出の関心が高まっている。そのため、発展著しい東アジア、ASEAN諸国等に向けたプロモーションやバイヤー等の産地招へいなどに取り組み、世界に誇る本県産花きの品質の高さを武器に戦略的な売り込みを進める。

D オリジナル品種など高付加価値商材を核とした「群馬県産花き」のブランド化による販路拡大

- a)本県は高い栽培技術に裏付けられた高品質な花き生産が特徴であり、また、民間育種も含めた希少価値の高いオリジナル品種が魅力となっている。蚕糸園芸課を中心に、これらを武器として「群馬県産花き」のブランド力向上を図るため、高付加価値化、他産地との差別化に向けた取組を推進する。具体的には、農業事務所と生産者組織等が連携し、トップセールス、トレードフェア等の活動を通じて市場関係者等に付加価値の向上を訴求し、既存販路の拡大、関西など新たな販路の開拓、単価向上を図る。
- b)県産花きの魅力や商品・産地の情報を広く発信するため、SNSやホームページを活用し、流通業者、販売業者、消費者など、販売ターゲットに応じた情報発信に取り組む。
- c)特に、カーネーションやアジサイは鉢物の最需要期である「母の日」向けギフトの中心であり、本県が全国に誇る2大品目となっている。蚕糸園芸課は、これらの優位性を活用し他の県産鉢物品目も併せた「母の日」向けギフトの需要拡大を図る。

E 花育、消費拡大イベントによる需要喚起

- a)若年層の消費低迷が続く中、長期的視点に立った消費拡大を図るためには、教育や福祉分野を通じた花きの活用拡大を推進する必要がある。具体的には、蚕糸園芸課、群馬県園芸協会及び生産者組織等が連携し、児童及び生徒を対象とした花育や花きの楽しみ方を提案するPRイベント等を実施し、花きの魅力発信や理解促進に基づく需要喚起を図る。
- b)花き品評会や展覧会は、生産者の技術研鑽に寄与するとともに、一般消費者に向けた県産花きの品質や豊富な種類、産地の様子などをPRする貴重な場となるため、蚕糸園芸課、群馬県園芸協会及び生産者組織が連携し継続的に開催するとともに、情報発信を強化するなど、その充実度を高める。
- c)群馬県鉢物研究会西毛支部が取り組んでいる「ぐんま花フェスタ(「いい夫婦の日」消費拡大イベント)」を優良事例とし、生産、流通、販売の各組織が連携し、「フラワーバレンタイン」、「ウィークエンドフラワー」、「愛妻の日」などの普及活動を展開し、日常生活の需要創出を図る。花を買う機会を創出するこれらの提案は、すぐには成果が出にくいですが、積年の活動により徐々に消費者に浸透していくよう、取り組む必要がある。

F ぐんまフラワーパークを活用した花と緑の普及啓発

ぐんまフラワーパークは、県民に花と緑に親しむ憩いの場及び花と緑に関する学習の場を提供するため設置された。フラワーパークを花き振興の拠点として、花壇や温室などの飾花、各種企画展示、花育など、花と緑の普及啓発を推進するとともに、世代を越えて需要を喚起する。

(4) 新たな生活様式による需要構造変化への対応

①現状と課題

令和2年3月以降、新型コロナウイルス感染症の拡大により卒業式、入学式、歓送迎会、結婚式など花きの需要を伴う催事、イベントが軒並み中止や延期に追い込まれた。特に同年4～5月の第1回緊急事態措置適用時には、人流の抑制を目的に都心部の生花店が休業を余儀なくされたため、切り花、鉢物、花壇用苗物類の市場価格が暴落し、一部では収穫物を廃棄するなどの対応を取る県内産地も見られた。

同年6月以降は、都心部の生花店が営業を再開したことや、航空機の減便に伴う輸入数量の抑制により、多くの品目で市場価格が堅調に推移した。徐々に市場価格が落ち着きを見せる中、冠婚葬祭の小規模化、テレワークやテレビ会議など家庭で過ごす時間の増加、EC(電子商取引)サイト及びサブスクリプション(定期契約取引)による花き購入の増加、宅配の強化等、新しい生活様式への転換により需要構造が劇的な変化を生じ、この対応が課題となっている。

新型コロナウイルスの感染が拡大した令和2年以降における、花きの部門別及び品目別の市場価格動向分析は、以下のとおりである。

新型コロナウイルス感染拡大による花き市場価格の推移

●部門別

部門	分類	平年値 ^{※1}	令和2年産		令和3年産	
			平均単価 ^{※2}	比較割合	平均単価 ^{※2}	比較割合
		(A)	(B)	(B/A)	(C)	(C/A)
切り花類	切り花	66 円/本	66 円/本	100 %	71 円/本	108 %
	枝物	199 円/束	199 円/束	100 %	226 円/束	114 %
鉢物類	鉢花	345 円/鉢	364 円/鉢	105 %	398 円/鉢	116 %
	らん類	3,264 円/鉢	3,500 円/鉢	107 %	3,808 円/鉢	117 %
	樹木類	546 円/鉢	560 円/鉢	103 %	656 円/鉢	120 %
	観葉植物	479 円/鉢	529 円/鉢	111 %	599 円/鉢	125 %
花壇用苗物類	苗物	1,661 円/cs	1,816 円/cs	109 %	1,916 円/cs	115 %

※1)東京都中央卸売市場における年間平均単価。

2)平年値は、東京都中央卸売市場における平成29～令和元年(令和2年産は異常年扱いとして、平均値の算出から除外)にわたる3か年の年間平均単価。

注)東京都中央卸売市場には、群馬県で生産される花きの48%が出荷されている(令和元年産の販売金額ベース)。

●主要品目別

部門	品目	平年値 ^{※1}	令和2年産		令和3年産	
			平均単価 ^{※2}	比較割合	平均単価 ^{※2}	比較割合
		(A)	(B)	(B/A)	(C)	(C/A)
切り花	輪ギク	66 円/本	64 円/本	97 %	63 円/本	96 %
	スプレーマム	53 円/本	58 円/本	111 %	59 円/本	113 %
	コギク	35 円/本	37 円/本	108 %	38 円/本	110 %
	バラ	82 円/本	82 円/本	99 %	95 円/本	116 %
	トルコギキョウ	167 円/本	177 円/本	106 %	189 円/本	113 %
	ストック	76 円/本	77 円/本	101 %	73 円/本	96 %
	カトレア	289 円/本	198 円/本	68 %	210 円/本	73 %
	シンビジューム	403 円/本	402 円/本	100 %	460 円/本	114 %
枝物	ハナモモ	163 円/束	167 円/束	102 %	177 円/束	109 %
鉢花	シクラメン	843 円/鉢	888 円/鉢	105 %	930 円/鉢	110 %
	カーネーション	493 円/鉢	506 円/鉢	103 %	616 円/鉢	125 %
	アジサイ	884 円/鉢	778 円/鉢	88 %	934 円/鉢	106 %
	コチョウラン	4,493 円/鉢	4,826 円/鉢	107 %	5,293 円/鉢	118 %

※1)東京都中央卸売市場における年間平均単価。

2)平年値は、東京都中央卸売市場における平成29～令和元年(令和2年産は異常年扱いとして、平均値の算出から除外)にわたる3か年の年間平均単価。

注)東京都中央卸売市場には、群馬県で生産される花きの48%が出荷されている(令和元年産の販売金額ベース)。

A 切り花類

全体的に市場価格は、令和2年産が平年並、令和3年産ではかなり高く推移している。

- a)業務需要(特に葬儀需要)に特化し、かつ輸入量の少ない品目(輪ギク、ストック、カトレア等)では、供給量がコロナ禍前と変わらない中で葬儀の小規模化により需要が減退し、令和3年以降も市場価格の低迷が続いている。これらの品目を生産する農業者では売上の減少に伴い、施設整備(被覆材や保温カーテンの張り替え等)の資金や運転資金の調達が困難となり、品質の低下や更なる経営状態の悪化が懸念されている。これらの品目では、今のところ需要回復の兆しが見られず今後の見通しは厳しいものとなっている。
- b)業務需要の割合が高いものの、国内流通量の15~25%程度を輸入が占めている品目(スプレーマム、バラ、シンビジウム等)では、需要の減少が見られるものの、航空便の減便により輸入が抑えられているため需給バランスが保たれ、市場価格はコロナ禍以前と比べ高く推移している。しかし、業務需要がコロナ禍以前ほど戻っていない状況の中、輸入量が回復した局面においても現在の単価を維持できるかは不透明であり、今後も輸入数量や市場価格の推移を注視する必要がある。
- c)主に家庭需要に占める割合が高い品目(コギク、トルコギキョウ、枝物各種)は、コロナ禍以前と比べて市場価格がかなり高く推移している。

B 鉢物類

令和2年産においては、4~5月を中心に出荷する品目で一時的に市場価格が低迷したが、その後、家庭で過ごす時間の増加により鉢物需要が拡大した。また、コロナ対策に伴う遠隔地への移動制限や非対面による花き購入の対応により、母の日ギフト等でECサイトの利用が拡大し、令和3年産の市場価格はコロナ禍以前と比べてかなり高く推移している。

C 花壇用苗物類

20年以上前のガーデニングブームにより需要が一気に拡大した部門で、近年は緩やかに需要が減少傾向で推移していたが、コロナ禍以降は家庭で過ごす時間が増加し、ガーデニングブーム以来の需要拡大の動きを見せている。そのため、令和2~3年産の市場価格はコロナ禍以前と比べて大幅に高く推移している。

② 推進対策

新型コロナウイルス感染症の影響を受けた品目は限定的だが、経営が悪化した農業者に対して、営農継続に向けた経営再建を支援する。また、蚕糸園芸課を中心にコロナ禍で需要の落ち込んだ品目の消費拡大や、市場出荷だけに頼らない多様な販路開拓に取り組む。

A 営農継続に向けた支援

緊急事態措置又は新型コロナウイルス感染症まん延防止等重点措置の影響を受け、経営が悪化した農業者に対して、県(蚕糸園芸課、農業事務所)、市町村、JAが一丸となり、事業継続に向けた補助金、給付金、交付金及び融資制度の周知を図り、農業者の活用を促す。また、他の品目及び野菜等への部門転換を図るなど、1日も早い経営再建を支援する。

B 業務需要の回復

ニューノーマル時代に対応した新しい生活様式は、結婚式や葬儀の小規模化をもたらし、花きの業務需要が落ち込んでいる。蚕糸園芸課はブライダル及び葬儀業界と連携し、挙式のスタイルが変化した中においても花きの活用を促進する結婚式や葬儀を提案し、業務用花きの需要回復を図る。

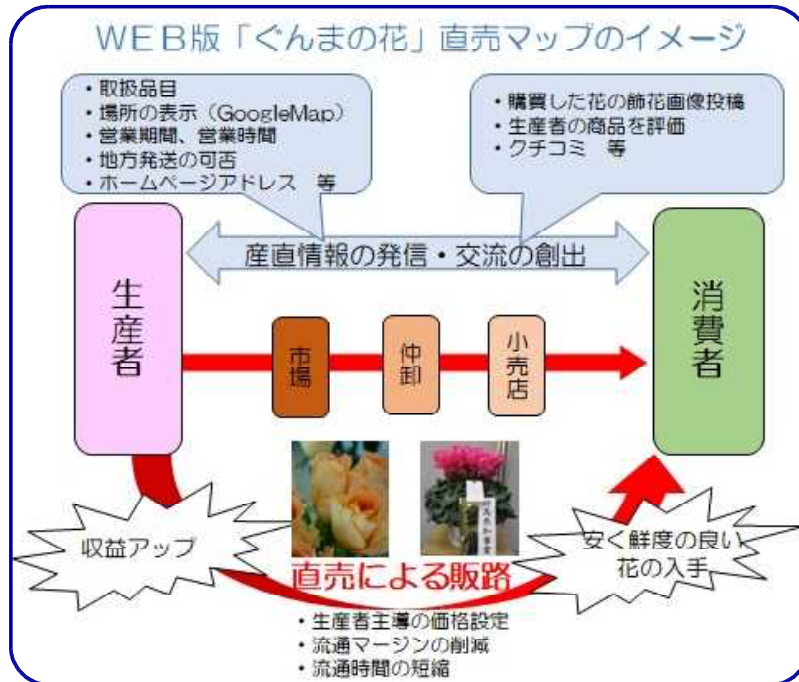
C ニューノーマルに対応した新たな販路開拓

今後、コロナ禍のもと農業経営の安定化を図るには、市場出荷のみに頼らない多様な販路開拓に取り組む必要がある。

a) 花き直売マップの制作

生産農家に対する直売率向上と、消費者に対する安価で鮮度の良い花の提供をもたらすとともに、県産花きの新たな販路開拓による市場第一主義からの転換を図るため、蚕糸園芸課が中心となり、直売マップを制作する。

制作にあたっては、花きの購入額が少ない若年層の消費者へ購買を訴求するため、ウェブ上で検索できる仕様にするなどの工夫を図る。



b) 産地PR及び品目プロモーション動画の配信

県(蚕糸園芸課、農業事務所)が中心となりJA、市町村、生産者と連携して動画を制作する。動画の内容は、花き購入後の管理方法の紹介をはじめ、生産現場や品種の紹介、品評会知事賞受賞者のほ場や人物紹介等、産地の認知度や重点9品目におけるブランド力の向上に寄与するものとし、県公式YouTubeチャンネル「tsulunos」を通じて配信する。

c) 産直ECサイトの活用

付加価値重視の消費者をターゲットに、こだわり商品を高価格で販売するチャネルとして近年注目され、生産者、消費者ともに登録数が伸びている。ただし、大量販売には向かない売り方なので、生産規模が比較的小さく、生産面においても販売面においても手間を惜しまず高付加価値の販路開拓を望む生産者による活用を検討する。農産物全般の販売戦略に関わる取組なので、ぐんまブランド推進課が中心となり、蚕糸園芸課や農業事務所と連携して生産者への活用を促す。

D 感染予防対策の徹底

近年は雇用労働を活用した大規模な花き経営体が増加したものの、一般事業者と比べ企業体が零細であることが多く、農業者の家族や従業員が一人でも新型コロナウイルスに感染すると、事業継続が困難になるリスクをはらんでいる。そのため、個々の経営体における家族労働者及び従業員、生産法人の構成員、直売の来客等に対する感染対策を徹底するため、技術支援課及び農業事務所が中心となり、農林水産省、厚生労働省から示された基本的なガイドラインの周知を図る。

第3章 重点課題プロジェクト

プロジェクト目標

◎ 日本一のバラ産地の確立

◎ 日本一のカーネーション（鉢物）産地の堅守

1. 数値目標

項目	単位	平成30年 (基準年)	令和7年 (目標年)
バラの県内単位面積あたり収量向上率	%	100	110
バラの東京都中央卸売市場平均単価全国順位	位	2	1
カーネーション(鉢物)の東京都中央卸売市場平均単価	円/鉢	579	580
カーネーション(鉢物)の生産量全国順位	位	1	1

2. 取組内容

(1) 現状と課題

① バラ

本県花きを代表するバラは生産量で全国7位に位置し、特に全国品評会で上位を独占するなど、市場や実需者等から品質が高く評価されている。

現在、バラ生産は施設や設備の高度化が進んでおり、より高い収量性を求めた栽培環境の制御の検討が全国で行われている。しかし、設備等が高度化する一方で、設備投資や生産コストの増大による収益の減少が課題であり、バラ経営は予断を許さない状況となっている。

このことから、高品質産地を維持すると同時に、バラ経営の安定を図るためには、ハウス内環境の「見える化」や最適な複合環境制御技術の確立による増収を実現することが求められている。そして、高品質と高い生産性を兼ね備えた「日本一のバラ産地」の確立を目指す。

② カーネーション（鉢物）

本県のカーネーションは数量、品質ともに日本一の産地となっており、県内の主産地では規格品を軸としたシステムによる共同販売体制が構築されている。

新型コロナウイルスの感染が拡大した令和2～3年産こそ、家庭で過ごす時間の増加により市場価格は堅調に推移しているが、10年前頃からカーネーションに対する消費者の飽きや雑貨など他産業からのギフト商戦への参入等が加速し、マーケットの縮小が課題となっている。そのため、市場価格の伸び悩みと燃油や資材費の高騰により、農業経営が年々悪化しつつある。

今後も日本一のカーネーション産地を堅守するためには、生産量の維持とともに、系統販売の枠組みの中で販売力をさらに強化し、本県産のシェアを拡大する取組が必要である。

(2) 推進対策

① 複合環境制御技術の確立によるバラの高収量・高品質産地の育成

- a) 環境測定によりハウス内環境の「見える化」を図り、蓄積されたデータをもとにバラに最適な環境を明らかにするとともに、その環境を作り出す複合環境制御技術を確立する。

- b)技術確立に向け、JAや県のほか生産者とともに意見交換を密に行い、現場の実情に即した管理方法を検討し、群馬県オリジナルのマニュアルを作成する。
- c)確立された技術の普及を図り、県内バラ生産者の単収及び品質向上を達成する。
- d)高い収量性と品質の高さを強みとして、市場等の流通販売業者、花きの実需者及び消費者へ産地PRを行う。
- e)将来的な複合環境制御技術の自動化(統合環境制御)に向け、ICT等を活用したスマート農業によるデータ管理や設備の自動制御を視野に入れたデータの蓄積、マニュアル化の検討を進める。

②産地競争に負けない日本一のカーネーション(鉢物)産地の販売力強化

- a)本県シェアの奪取に向け、マーケットと産地の実情に合わせた販売戦略を立てる。
- b)販売力強化に向け、生産者組織やJA主導による販売戦略の実践を支援する(作柄や在庫状況などの密な情報提供、豊富な品揃え、高い品質と均一生産、積極的な商談及び営業活動、店頭販売等)。
- c)「母の日の贈り物にはカーネーション」のPR活動を強化し、花への理解促進や魅力の再発見、購入後の管理方法の周知、高付加価値化などを通じた需要拡大活動に取り組む。

3. プロジェクトの推進体制(役割分担)

