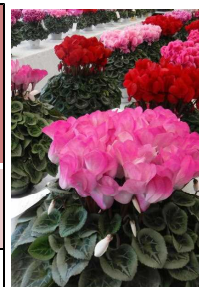


Ⅵ.シクラメン

推進スローガン
経営スタイルに合わせた生産販売により
利益確保を目指そう！



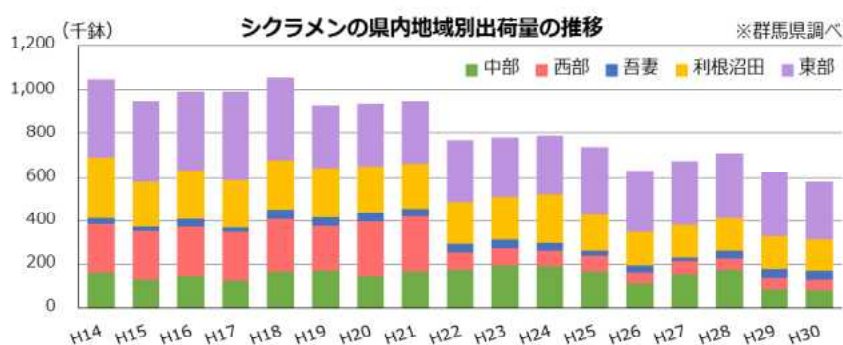
数値目標	作付面積 966a	出荷量 565千鉢
-------------	-----------	-----------

【主産地】東部地域、利根沼田地域

【生産者組織】群馬県鉢物研究会

1. 現状と課題

(1) 生産状況



(2) 現状

主産地である東部地域、利根沼田地域を中心に県内各地で生産が盛んに行われ、全国有数のシクラメン産地を形成している。比較的后継者も確保され、世代交代や技術の継承が進んでいる。

生産技術面では、第4次計画(平成18～22年度)において全県を挙げて栄養診断を活用した施肥管理技術の普及に取り組んだ。その結果、ボリューム感と高い品質を兼ね備えた生産を実現し、全国品評会でも毎年上位入賞を果たすなど、実需者、市場関係者等から品質面で高い評価を受けるようになった。

年末ギフト需要の定番商品として、確固たる地位を確立した品目ではあるが、近年はギフト需要が縮小傾向であり、十分なボリュームの大鉢シクラメンであっても価格が伴わないケースが散見される。その一方で、量販店における販売は堅調である。また、販売面では、直売率の低さが課題となっている。

経営面においては、産地によって雇用の確保が難しく、人手不足による品質悪化が課題となっている。

主な課題

- ①量販店向け規格品の均一生産など、マーケットインの発想に基づく商品作りと販売ターゲットの絞り込み
- ②直売率の向上など、販路の多様化

2. 推進対策

(1) 担い手対策

a) 担い手確保に向けた体制整備

市町村やJAは、シクラメン生産を志向する新規就農者に対し、就農相談窓口や研修先候補を整備するなど、受け入れ体制を整備する。

b) 担い手のニーズやレベルに応じた育成

技術支援課や農業事務所、JAが中心となり、新規参入者、農家子弟の後継者など対象となる担い手のニーズやレベル、経営環境に合わせた研修や指導等に取り組むことで、担い手の定着と育成を効果的に進め、経営感覚の優れた経営体を育成する。

c) 労働力確保対策の検討

農業構造政策課や農業事務所が連携し、外国人材を含めた雇用管理のノウハウに関する研修や雇用情報の共有化、農福連携などに取り組み、多様な人材を活用した労働力確保対策を推進する。

d) 群馬県鉢物研究会等生産者組織の活動支援

(2) 生産対策

a) 経営スタイルや労力に合わせた商品生産、販売戦略の推進

農業事務所とJAが中心となり、近年、需要が拡大している量販店向け規格品シクラメンの生産技術の普及を図る。また、技術支援課や経営相談所、農業事務所が連携し、量販店向け規格品シクラメンの生産を志向する生産農家に対し、原価計算による経営シミュレーションを実施するなど、経営面の支援を行う。

b) 栄養診断技術の定着（自立的活用推進）

c) ウイルス病や難防除病害虫対策の確立と総合的病害虫管理（IPM）の普及

(3) 流通・販売・需要拡大対策

a) 量販店向け規格品生産による販売促進

4rfc

b) 出荷前の作柄や生産動向など、産地情報の提供による予約相対率の向上

c) 産地見学会などの産地PRと販路拡大に向けたマーケティング活動の支援

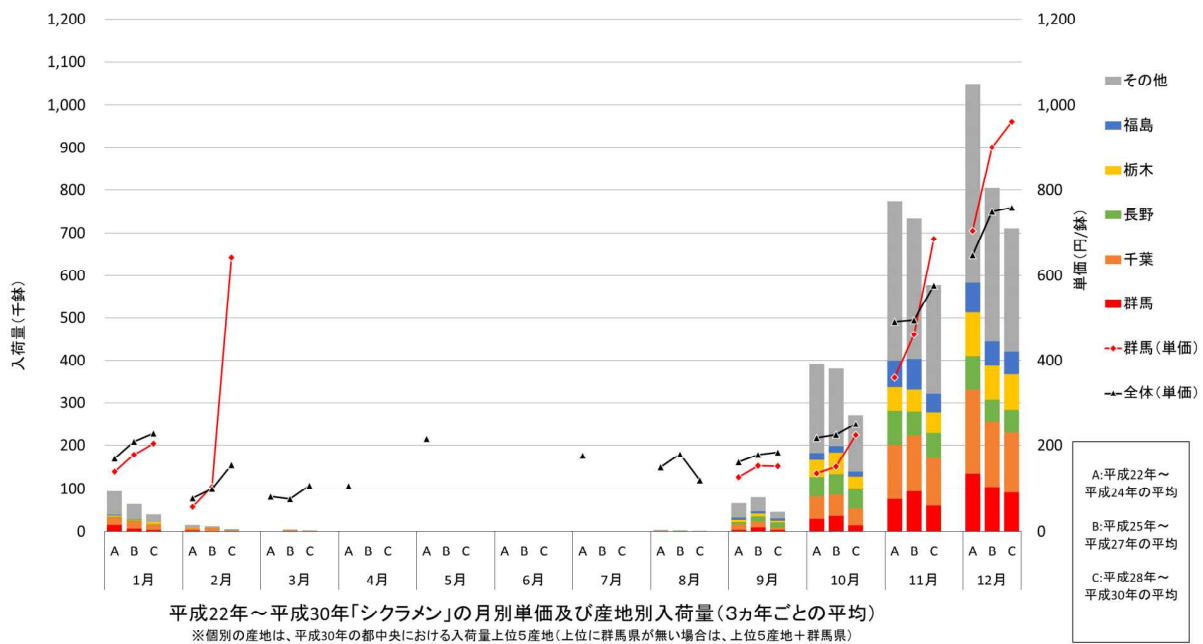
3. 各地域別推進対策と数値目標

中部地域	● 担い手のニーズやレベルに応じた育成 ● 栄養診断技術の定着
西部地域	● 栄養診断技術の定着
吾妻地域	—
利根沼田地域	● 栄養診断技術の定着 ● 産地PRと販路拡大に向けたマーケティング活動の支援
東部地域	● 労働力確保対策の検討 ● 量販店向け規格品生産による販売促進

4. 数値目標

シクラメン	平成26年 (参考)	平成30年 (基準年)	令和7年 (目標年)	R7/H30
作付面積(a)	1,028	1,003	966	96%
出荷量(千鉢)	631	580	563	97%
農家数(戸)	63	59	56	95%

5. 東京都中央卸売市場における入荷動向



第4章 重点9品目推進計画

Ⅶ.カーネーション（鉢物）（重点課題プロジェクト品目）

推進スローガン

開花安定技術と均一生産による選ばれる
産地の販売戦略で日本一産地を堅守しよう！

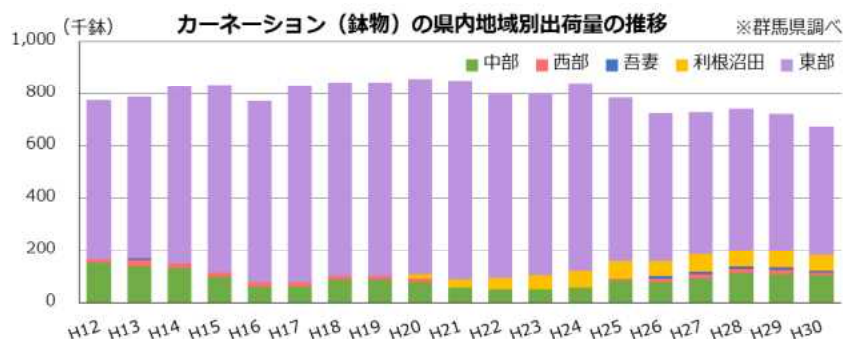


数値目標 作付面積 624a 出荷量 596千鉢

【主産地】東部地域

1. 現状と課題

(1) 生産状況



平成30年産DATA	
農家数	38戸
作付面積	688a
出荷量	675千鉢
産出額	339,537千円

(2) 現状

本県は愛知県や埼玉県と並ぶ全国屈指の鉢物カーネーションの産地である。

カーネーションの需要は、母の日ギフトに特化し、小売店や大手スーパー、ホームセンター等における店頭販売のほか、カタログやECサイトなどを通じた販売が多く行われている。産地としてこの需要に対応するためには、母の日前の限られた時期に1戸の生産農家では対応できないほど大量の商品を供給する必要があるため、県内の主産地ではJAを通じた共同販売体制を構築している。しかし、年によってはボリューム感や開花輪数の面で生産組織内における品質格差が大きいことがあり、共同販売を円滑に進める上で課題となっている。

第6次計画(平成28～31年度)において、積算温度に基づく開花調節技術の確立と産地見学会の開催による販売対策に取り組み、成果を挙げている。

かつては、母の日ギフト市場に支えられ安定した販売を行ってきたが、近年は市場規模の縮小や近県産地の品質向上などにより、産地間競争が激しくなっている。

主な課題

- ①激しい産地間競争の中でも「選ばれる産地」となるための、さらなる品質向上と均一化
- ②実需者ニーズに合わせた商品作りや販売店での売り込みによる差別化、ブランド化
- ③カーネーションの特性や管理方法などの情報発信による消費者への理解促進

2. 推進対策

(1) 担い手対策

a) 担い手確保に向けた体制整備

市町村やJAは、カーネーション生産を志向する新規就農者に対し、就農相談窓口や研修先候補を整備するなど、受け入れ体制を整備する。

b) 担い手のニーズやレベルに応じた育成

技術支援課や農業事務所、JAが中心となり、新規参入者、農家子弟の後継者など対象となる担い手のニーズやレベル、経営環境に合わせた研修や指導等に取り組むことで、担い手の定着と育成を効果的に進め、経営感覚の優れた経営体を育成する。

c) 労働力確保対策の検討

出荷期が集中することによる労力不足を解消するため、生産者は人材派遣業者やシルバー人材派遣センターなどを活用し、短期雇用の確保に努める。また、農業構造政策課や農業事務所が連携し、外国人材を含めた雇用管理のノウハウに関する研修や雇用情報の共有化、農福連携などに取り組み、多様な人材を活用した労働力確保対策を推進する。

(2) 生産対策

a) 品質の均一化と高位平準化に向けた技術の普及

共同販売を円滑に進めるためには、生産組織内において均一化された品質や開花程度(咲き前)が求められることから、農業事務所とJAが連携し、生産組織に対し定期的な現地検討会や巡回指導を行う。

b) 予約相対率向上に向けた小鉢仕立て栽培技術の確立

c) 母の日需要に合わせた安定開花技術の開発、普及、定着

d) 日持ちに直結する管理方法の開発、実証（室内鑑賞下における日持ち向上技術）

(3) 流通・販売・需要拡大対策

a) 量販店向け規格品生産による販売促進

b) 共販産地の検品体制強化による品質の高位平準化

c) 出荷前の作柄や生産動向など、産地情報の提供による予約相対取引及び契約生産の拡大

d) 販売店における産地フェア開催等による産地認知度の向上

本県産のカーネーションは品質・生産量ともに全国屈指の産地であるが、蚕糸園芸課は県内外の消費者に対し、これらの産地情報を伝えるほか、カーネーションへの理解を促進し、贈り物に使うきっかけを提供するなど、需要拡大を推進する。

e) 産地見学会などの産地PRと販路拡大に向けた営業活動の支援

f) 種苗会社と連携したオリジナル性の高いカーネーション品種の導入による有利販売

g) 消費者に対する管理方法の周知によるリピータの確保

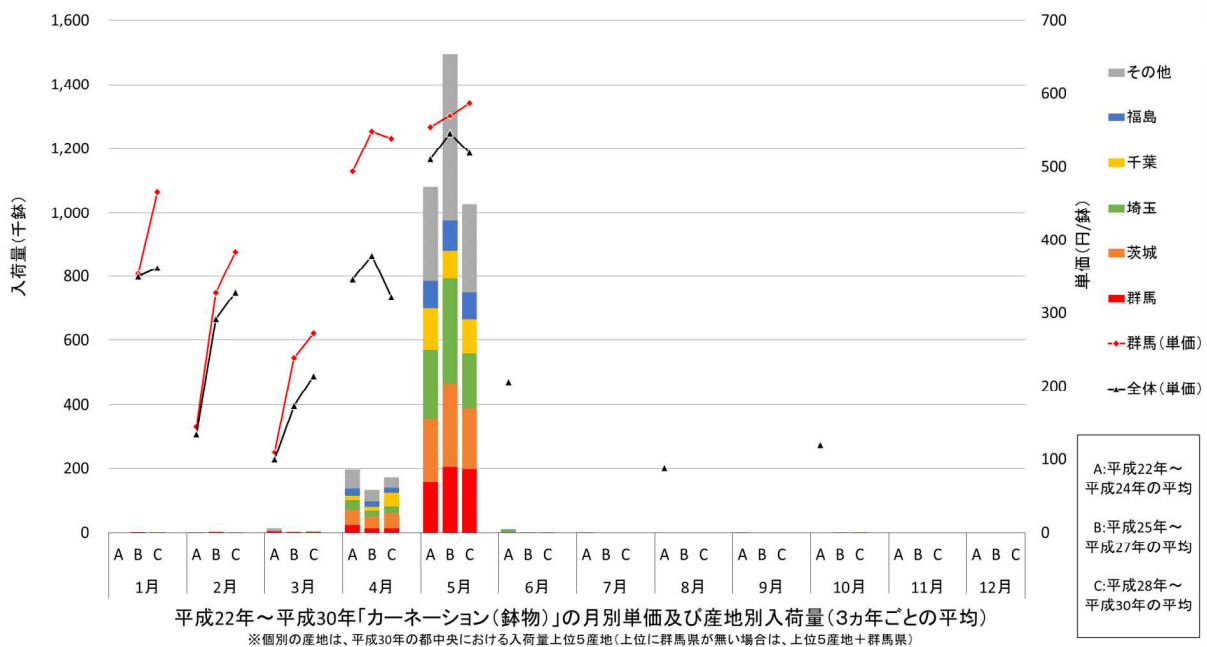
3. 各地域別推進対策

中部地域	● 安定開花技術の開発、普及、定着 ● 産地情報の提供による予約相対取引及び契約生産の拡大
西部地域	● 消費者に対する管理方法の周知によるリピーターの確保
吾妻地域	—
利根沼田地域	● 品質の均一化と高位平準化に向けた技術の普及 ● 安定開花技術の開発、普及、定着 ● 産地情報の提供による予約相対取引及び契約生産の拡大
東部地域	● 品質の均一化と高位平準化に向けた技術の普及 ● 安定開花技術の開発、普及、定着 ● 産地情報の提供による予約相対取引及び契約生産の拡大

4. 数値目標

カーネーション (鉢物)	平成26年 (参考)	平成30年 (基準年)	令和7年 (目標年)	R7/H30
作付面積(a)	757	688	624	91%
出荷量(千鉢)	724	675	583	86%
農家数(戸)	48	38	32	84%

5. 東京都中央卸売市場における入荷動向



Ⅷ.アジサイ（鉢物）

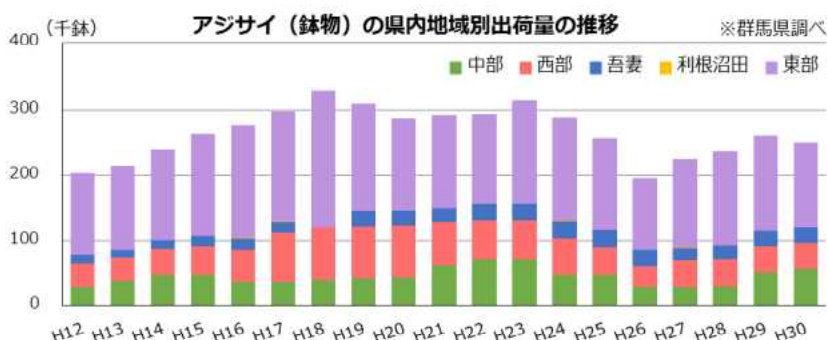
推進スローガン
群馬オリジナル品種と高い生産技術を活かし、
ブランド産地の価値を高めよう！



数値目標	作付面積 440a	出荷量 250千鉢
【主産地】	東部地域	
【生産者組織】	群馬県あじさい研究会	

1. 現状と課題

(1) 生産状況



平成30年産DATA	
農家数	16戸
作付面積	440a
出荷量	250千鉢
産出額	250,265千円

(2) 現状

本県のアジサイ生産は平坦地から中山間地に至るまで県内各地に点在し、我が国におけるアジサイの品種登録第一号が本県生産者であるなど、本県はアジサイ生産の歴史が古い産地である。

一部の生産者による高い栽培技術を駆使した豪華な仕立ては、実需者から高級アジサイとして認知され、県産アジサイの認知度向上に貢献している。また、品種育成に取り組む生産農家が多く、オリジナル品種は付加価値の向上により、市場において高単価で取引されている。

アジサイは、15年前頃からカタログやECサイトなどを通じ、母の日ギフトの人気商材として需要を拡大してきた。産地としてこの需要に対応するためには、母の日前の限られた時期に1戸の生産農家では対応できないほど大量の商品を供給する必要があるため、群馬県あじさい研究会では、研究会限定のオリジナル品種を核として、共同販売に取り組んでいる。しかし、ボリュームや発色の面で生産者間の品質格差が大きく、共同販売を円滑に進める上で課題となっている。

主な課題

- ①生産組織内の品質格差解消による産地の信頼性向上

2. 推進対策

(1) 担い手対策

a) 担い手のニーズやレベルに応じた育成

技術支援課や農業事務所、JAが中心となり、新規参入者、農家子弟の後継者など対象となる担い手のニーズやレベル、経営環境に合わせた研修や指導等に取り組むことで、担い手の定着と育成を効果的に進め、経営感覚の優れた経営体を育成する。

b) 群馬県あじさい研究会等生産者組織の活動支援

(2) 生産対策

a) 品質の均一化と高位平準化に向けた技術の普及

共同販売を円滑に進めるためには、生産組織内において均一化された品質が求められることから、農業事務所は生産組織に対し、定期的な現地検討会を実施する。

b) 県及び生産者による品種育成とオリジナル品種を核とした生産振興

c) 育種技術の支援

d) 新品種の安定生産支援

e) 発色安定化技術の定着支援

f) 難防除病害虫対策の確立と総合的病害虫管理（IPM）の普及

g) 所得確保と安定した経営に向けた生産コスト低減対策支援

(3) 流通・販売・需要拡大対策

a) 高品質産地のPR強化によるブランド力向上と「群馬県産アジサイ」の需要拡大

市場や生花店、消費者に対して高品質アジサイ産地をPRし、他産地と差別化し選ばれる産地として販路拡大を図るほか、母の日ギフトに特化しないアジサイの需要拡大を推進する。

b) 販売促進に向けた展示商談会等の出展支援

c) 県及び民間育成のオリジナル品種を活用した販売促進

d) 冬アジサイの楽しみ方提案による冬アジサイの知名度向上

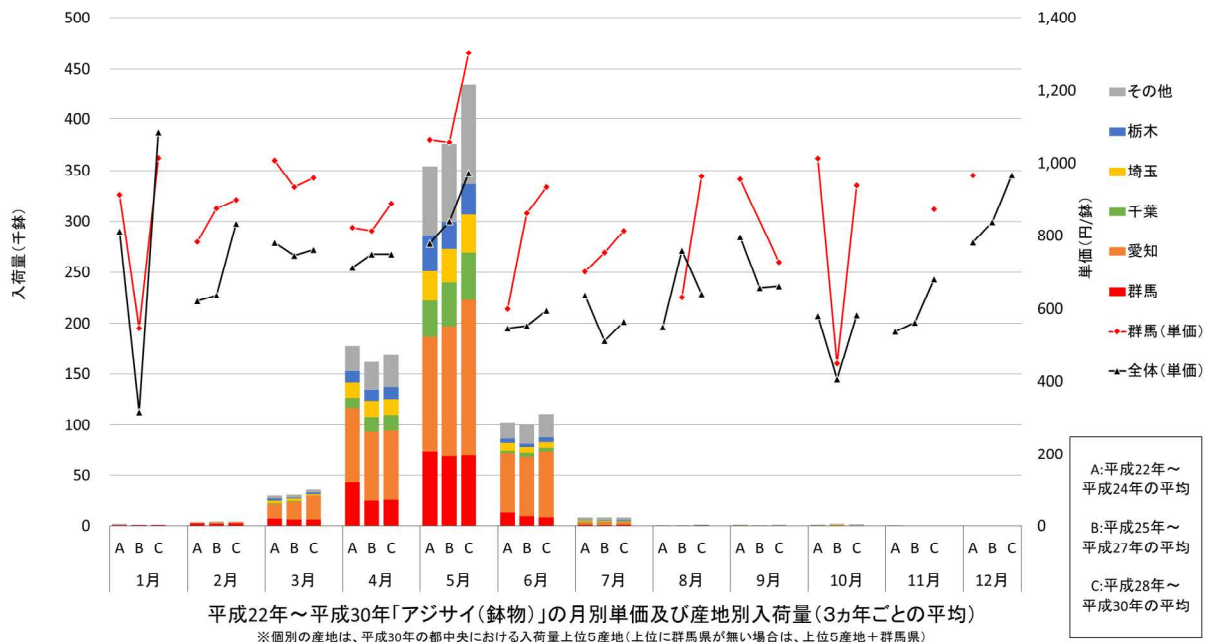
3. 各地域別推進対策

中部地域	● 生産者による品種育成とオリジナル品種を核とした生産振興 ● 県及び民間育成のオリジナル品種を活用した販売促進
西部地域	● 品質の均一化と高位平準化に向けた技術の普及
吾妻地域	—
利根沼田地域	—
東部地域	● 難防除病害(斑点細菌病)防除対策の確立とIPMの普及 ● 品質の均一化と高位平準化に向けた技術の普及

4. 数値目標

アジサイ (鉢物)	平成26年 (参考)	平成30年 (基準年)	令和7年 (目標年)	R7/H30
作付面積(a)	552	440	440	100%
出荷量(千鉢)	195	250	250	100%
農家数(戸)	16	16	16	100%

5. 東京都中央卸売市場における入荷動向



IX.花壇用苗木

推進スローガン

需要に合った品目・品種選定と個性ある商品作りによる多様な産地を目指そう！



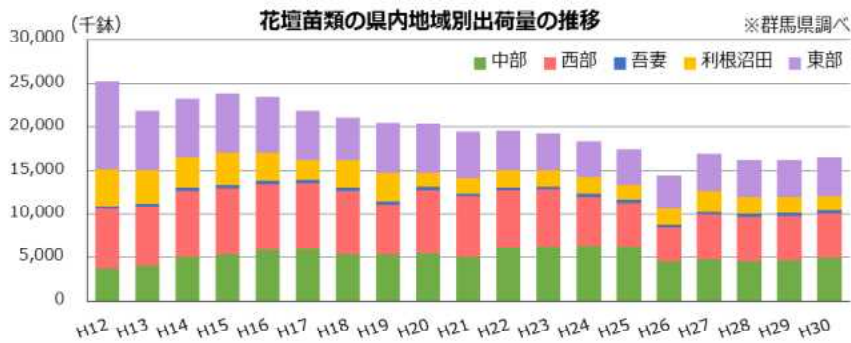
数値目標 作付面積 7,517a 出荷量 28,421千鉢

【主産地】中部地域、西部地域、東部地域

【生産者組織】群馬県花壇苗安定生産協議会

1. 現状と課題

(1) 生産状況



平成30年産DATA	
農家数	—
作付面積	5,219a
出荷量	16,639千鉢
産出額	919,225千円

(2) 現状

産地は平坦地から中山間地域に至るまで県内全域に広がり、標高差や気象条件を活かし多種多様な品目、品種が生産されている。

花壇用苗木(以下「花壇苗」という。)の出荷期は、ガーデニングによる需要が高まる春、秋が中心となるが、耐暑性や耐寒性に優れる品目を組合せることで、周年出荷に取り組む生産農家も多い。

本県の花壇苗生産は、パンジー、サルビア、ピンカをはじめとする定番品目の大量生産や、高付加価値化を目指したオリジナル品種やカラーリーフの少量生産など、経営スタイルは幅が広い。このうち、定番商品の大量生産は全国的に大規模な産地や経営体が増加したため、市場出荷中心では厳しい販売を強いられている。また、近年需要が伸びている野菜苗生産に取り組む生産農家が増え始め、今や野菜苗は重要な導入品目となっている。

主な課題

- ①売れる品目、品種、ポットサイズを選定するための実需者ニーズの把握
- ②定番品目の販路多様化
- ③実需者及び市場関係者に対する少量品目商材の売り込み

2. 推進対策

(1) 担い手対策

a) 担い手確保に向けた体制整備

市町村やJAは、花壇苗生産を志向する新規就農者に対し、就農相談窓口や研修先候補を整備するなど、受け入れ体制を整備する。

b) 担い手のニーズやレベルに応じた育成

技術支援課や農業事務所、JAが中心となり、新規参入者、農家子弟の後継者など対象となる担い手のニーズやレベル、経営環境に合わせた研修や指導等に取り組むことで、担い手の定着と育成を効果的に進め、経営感覚の優れた経営体を育成する。

c) 労働力確保対策の検討

農業構造政策課や農業事務所が連携し、外国人材を含めた雇用管理のノウハウに関する研修や雇用情報の共有化、農福連携などに取り組み、多様な人材を活用した労働力確保対策を推進する。

d) 群馬県鉢物研究会、群馬県花壇苗生産安定協議会等生産者組織の活動支援

(2) 生産対策

a) 実需者ニーズに合わせた品目、品種の選定と栽培技術の支援

b) 全量基肥施肥管理技術による高品質省力生産の推進

c) 育種技術の支援によるオリジナル品種の育成

(3) 流通・販売・需要拡大対策

a) 出荷前の作柄や生産動向など、産地情報の提供による予約相対取引の拡大

b) 展示商談会等の出展支援による販売促進とマーケティング活動の支援

c) ホームセンター等との契約生産による定番品目の販路確保

d) 大手企業や種苗会社等と連携した野菜苗契約生産の拡大

e) 花壇用苗物を活用した花育の推進による需要拡大

3. 各地域別推進対策

中部地域	<ul style="list-style-type: none"> ● 実需者ニーズに合わせた品目、品種の選定と栽培技術の支援 ● ホームセンター等との契約生産による定番品目の販路拡大 ● 大手企業や種苗会社等と連携した野菜苗契約生産の拡大
西部地域	<ul style="list-style-type: none"> ● 全量基肥施肥管理技術による高品質省力生産の推進 ● 産地情報の提供による予約相対取引の拡大 ● ホームセンター等との契約生産による定番品目の販路拡大
吾妻地域	—
利根沼田地域	<ul style="list-style-type: none"> ● 産地情報の提供による予約相対取引の拡大 ● 大手企業や種苗会社等と連携した野菜苗契約生産の拡大
東部地域	<ul style="list-style-type: none"> ● 労働力確保対策の検討 ● ホームセンター等との契約生産による定番品目の販路拡大

4. 数値目標

花壇用苗物	平成26年 (参考)	平成30年 (基準年)	令和7年 (目標年)	R7/H30
作付面積(a)	4,856	5,219	7,517	144%
施設	4,280	4,971	7,278	146%
露地	576	248	239	96%
出荷量(千本千鉢)	14,438	16,639	28,421	171%
農家数(戸)	141	118	114	97%

5. 東京都中央卸売市場における入荷動向

