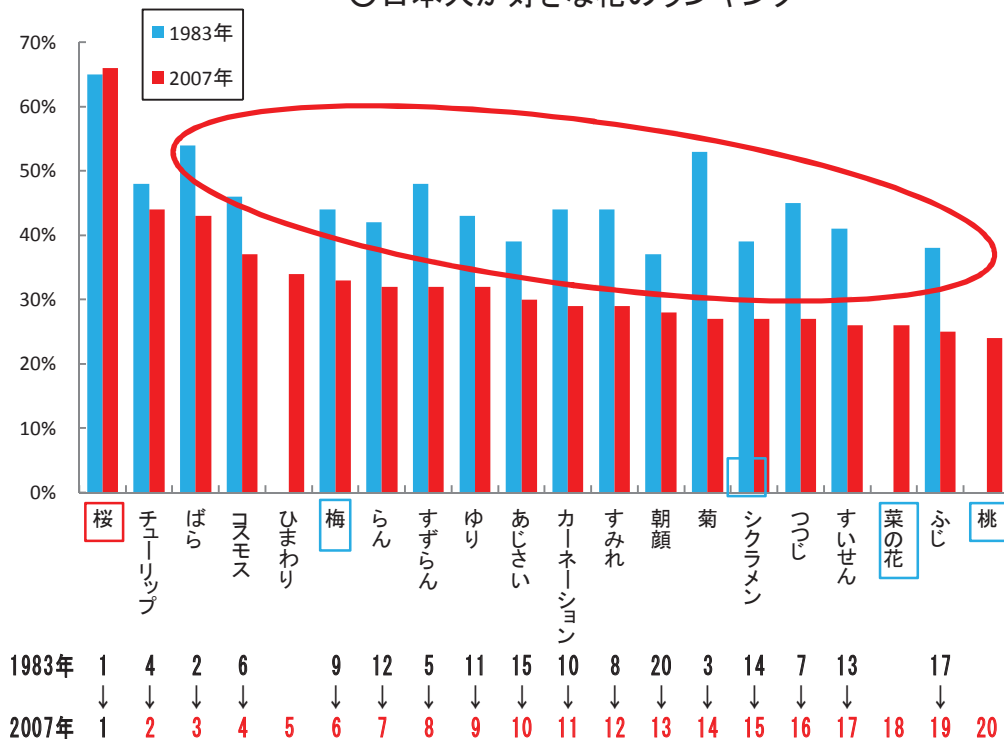


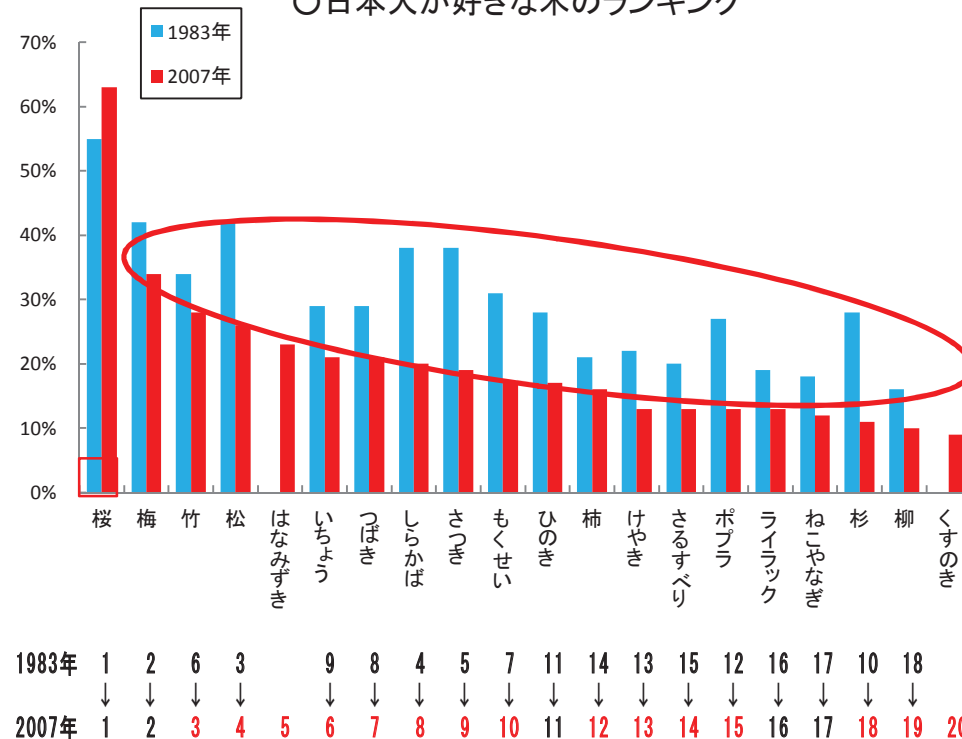
2 需要・消費の現状 (20)日本人の好きな花

- 日本人の好きな花のランキングをみると、1983年と2007年の両年とも桜が1位となっているが、その他のランキングは大きな変化がみられる。(菊:3位 → 14位、ひまわり:20位圏外 → 5位、菜の花:20位圏外 → 18位、桃:20位圏外 → 20位)
- 1983年と比べて、2007年の調査では、桜以外の全品目において「好き」と回答した割合は減少しており、消費者が様々な種類の花を楽しむ傾向が弱くなっていることが伺える。
- 「日本人が好きな木のランキング」でも同様の傾向がみられる。

○日本人が好きな花のランキング



○日本人が好きな木のランキング



資料: NHK放送文化研究所世論調査部「日本人が好きなもの」2008年(複数回答)

5 流通の現状 (4) 需要家のシェア(鉢もの)

○鉢ものの需要家のシェアは、一般小売店の減少が目立つ。一方、量販店等の割合が急増している。
○切り花と同じく鉢ものの取引形態は、卸売業者からの直接取引割合が増加傾向にあり、仲卸業者を経由しての取引が減少している。

○大手卸売業者(A社)の鉢ものの業態別売上金額割合の推移

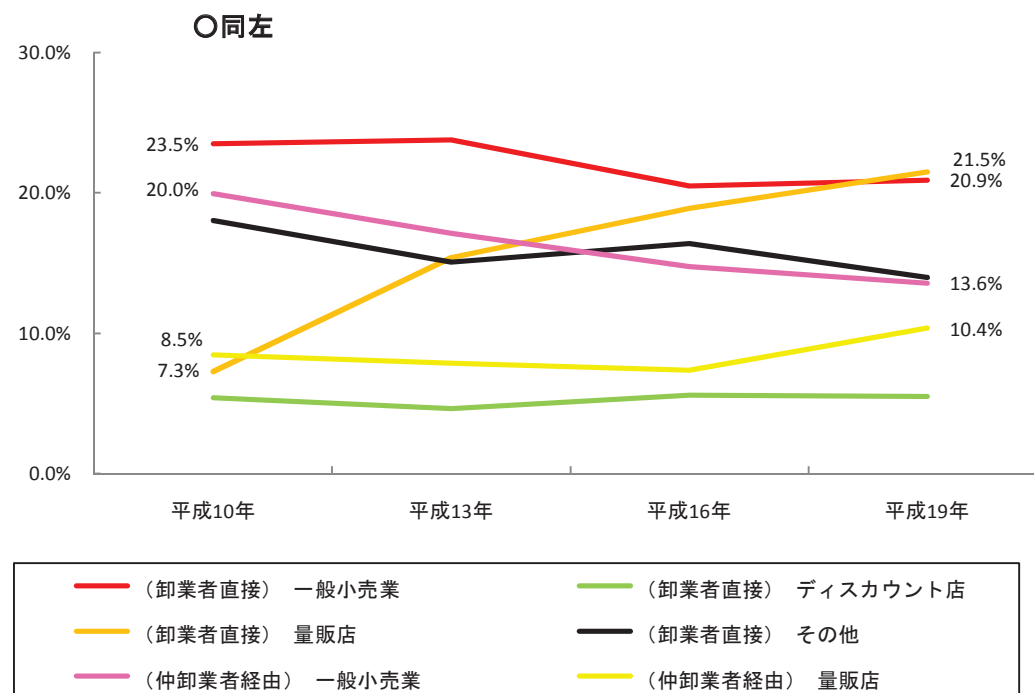
		平成10年	平成13年	平成16年	平成19年
(卸業者直接)	一般小売業	23.5%	23.8%	20.5%	20.9%
	ディスカウント店	5.4%	4.6%	5.6%	5.5%
	量販店	7.3%	15.4%	18.9%	21.5%
	カタログ販売	0.7%	0.5%	0.7%	0.6%
	葬儀業	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	リース業	5.2%	4.4%	5.7%	4.4%
	装飾関係業	0.5%	0.5%	0.6%	0.5%
	教室等花材料	0.1%	0.2%	0.3%	0.3%
	その他	18.0%	15.1%	16.4%	14.0%
	小計	60.7%	64.6%	68.7%	67.7%
	主に教室向け	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
(仲卸業者経由)	一般小売業	20.0%	17.1%	14.8%	13.6%
	量販店	8.5%	7.9%	7.4%	10.4%
	リース業	6.8%	5.1%	4.2%	3.5%
	教室	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	市場転送	1.2%	1.3%	1.7%	1.8%
	加工卸業	1.7%	2.3%	2.0%	1.8%
	花束加工業	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%
	カタログ販売等	0.2%	0.3%	0.5%	0.6%
	その他	0.7%	0.7%	0.6%	0.5%
	不明	0.2%	0.6%	0.2%	0.1%
	小計	39.3%	35.4%	31.3%	32.3%
合 計		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

資料:「花きデータブック」(㈱流通システム研究センター)

注1: 卸売業者から直接「市場転送」されたものは「その他」に含まれる

注2: 卸売業者から直接「加工卸業・花束加工業」に卸されたものは「その他」に含まれる

45 注3: (仲卸売業者経由)の「不明」とは販売先の報告がなかったもの



Ⅲ 課題への対応

1 消費者に対する正しい知識の普及 (1)花の購入や関心

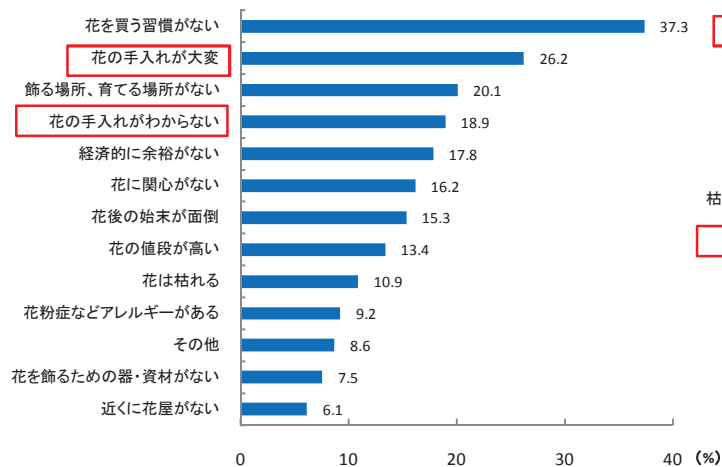
○切り花を購入しない理由を見ると「手入れ、世話が大変」、「手入れのやり方がわからない」等、花に関する情報が不足している部分がみられる。

○また、「価格が高い」、「経済的に余裕がない」等、金銭面を理由に挙げる傾向もみられる。

○その他にも「花を買う習慣がない」、「花に関心がない」、「自分には似合わない」等、そもそも花自体に関心が低い人も多く見受けられる。

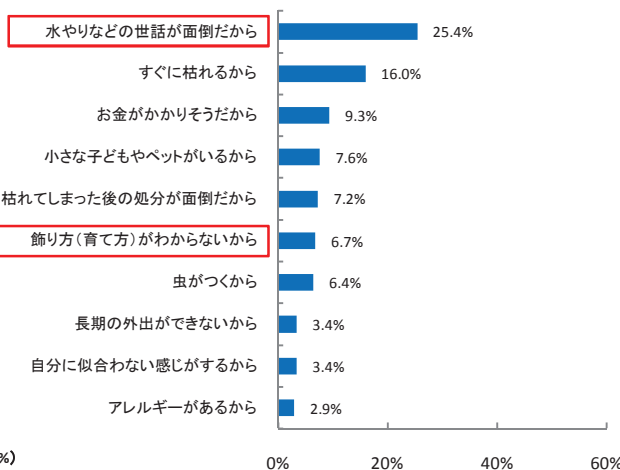
○一方、花の魅力に「心を癒やす」、「季節感が出る」、「家の中が華やぐ」、「心が豊かになる」等、様々な効用を挙げる人が多い。

○花を購入しない理由(複数回答可) n=359



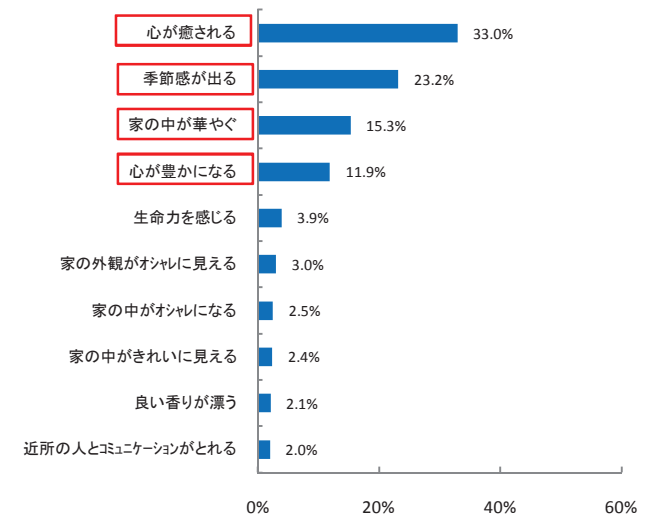
調査期間: 2008年
調査方法: アンケート調査
調査機関: 東海花き普及・振興協議会
調査対象: 1,000名 (男性500名 女性500名)
東海三県 (愛知・三重・岐阜)

○自宅に花がない理由



調査期間: 2007年4月19日～22日
調査方法: インターネット調査
調査機関: 東京電力
調査対象: 26,035名 (男性13,763名 女性12,272名)

○花のある暮らしの最もよいところ

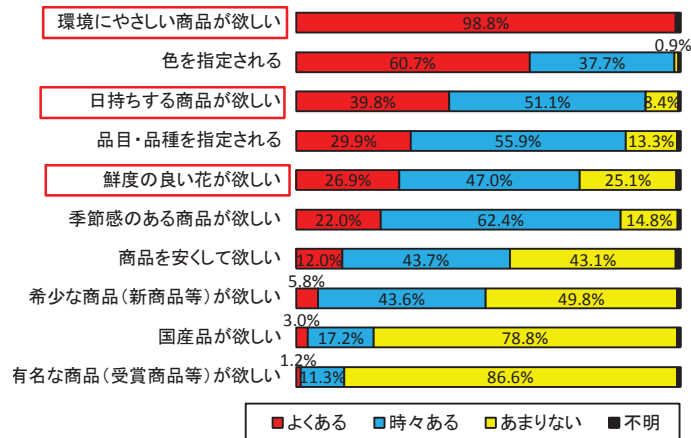


調査期間: 2007年4月19日～22日
調査方法: インターネット調査
調査機関: 東京電力
調査対象: 26,035名 (男性13,763名 女性12,272名)

3 ニーズに対応した生産・流通・販売 (1)消費者からの要望等

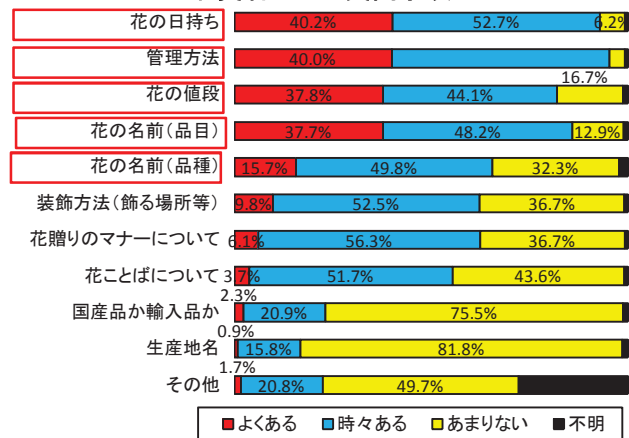
○消費者から「環境にやさしい商品(MPS-ABCやエコファーマー商品等)」を求められることが「よくある」と回答した小売店が約99%と非常に多い。
○消費者のニーズとして「日持ちする花」という要望が、非常に強い状況が17年前から確認できる。

○消費者からの意見・要望



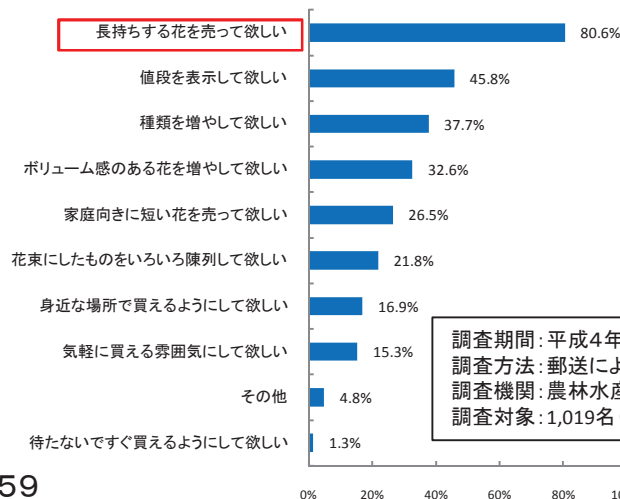
調査期間:平成21年5月18日～平成21年6月19日
調査方法:アンケート調査
調査機関:(株)日本生花通信配達協会
調査対象:886名(花キューピット協同組合関係者)

○消費者からの質問事項



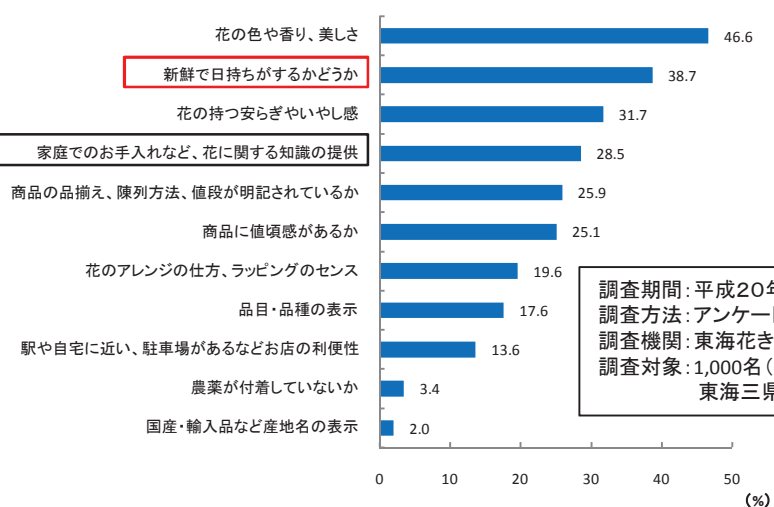
調査期間:平成21年5月18日～平成21年6月19日
調査方法:アンケート調査
調査機関:(株)日本生花通信配達協会
調査対象:886名(花キューピット協同組合関係者)

○今後花を購入する際の条件(3つ以内回答)



調査期間:平成4年1月
調査方法:郵送によるアンケート調査
調査機関:農林水産省
調査対象:1,019名(全国主要都市に在住の主婦)

○花を購入する場合に必要なこと、求めるもの(3つ以内)



調査期間:平成20年
調査方法:アンケート調査
調査機関:東海花き普及・振興協議会
調査対象:1,000名(男性500名 女性500名)
東海三県(愛知・三重・岐阜)

3 ニーズに対応した生産・流通・販売 (13)ニーズの多様化

- 切り花の購入金額は、自宅用で500～1,000円程度、贈答用で3,000円程度を中心に回答する人が多く、家庭用と贈答用では購入金額に違いがある。
- 消費者のニーズは多様であり、そのニーズに対応するために毎年新しい品種が登録されている。花きは他の分野よりも農業総産出額が少ないにもかかわらず、品種登録シェアは8割。
- 品種の移り変わりも早く、平成13年と平成19年の市場流通取引の主要品目の上位5品種も変化している。

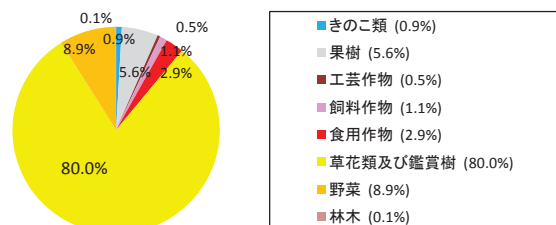
○切り花の購入金額

	自宅用	プレゼント用
500円以下	18.0%	0.0%
500～1000円程度	57.0%	4.0%
1000～3000円程度	17.0%	47.0%
3000～5000円程度	1.0%	41.0%
気に入った花であれば値段は	5.0%	6.0%
わからない	1.0%	1.0%
その他	1.0%	1.0%

調査期間：2008年
調査方法：アンケート調査
調査機関：関日本花普及センター
調査対象：935名

調査期間：2006年3月1日～7日
調査方法：インターネット調査
調査機関：アサヒビール
調査対象：1,931名

○作物分野別品種登録件数の割合(H20)



○花き類の新品種登録件数等の状況

年度	14	15	16	17	18	19	20
新品種登録件数(件)(草花及び観賞樹)	894	590	897	933	986	1,209	954
日本花き取引コード新規登録件数(件)	3,603	8,940	4,045	3,265	3,138	2,456	1,826

○JFコード(日本花き取引コード)からみる主要品目取引状況の推移

		H13(4市場)			H20(17市場)		
品目名	順位	品種名	色	流通量	品種名	色	流通量
キク(リングク)	1	精興の誠	シロ	22,673,806	神馬	シロ	76,661,222
	2	神馬	シロ	15,595,049	精興の誠	シロ	33,235,731
	3	岩の白扇	シロ	14,328,796	岩の白扇	シロ	26,224,040
	4	秀芳の力	シロ	7,076,540	フローラル優香	シロ	17,227,241
	5	精興の秋	キヨロ・クリーム	6,011,980	太陽の誓	キヨロ・クリーム	11,541,500
バラ(スタンダード)	1	ローテローゼ	アカ	7,894,773	ローテローゼ	アカ	11,701,741
	2	ノブレス	ピンク・サーモンピンク	2,915,566	ティケネ	シロ	5,249,464
	3	ティネケ	シロ	2,778,946	ノブレス	ピンク・サーモンピンク	3,641,317
	4	パレオ90	オレンジ・アプリコット	2,206,526	テレサ	ピンク・サーモンピンク	3,264,713
	5	バラ	ソノタ	2,074,876	スタンダード(リノ)	ソノタ	2,883,395
カーネーション(スタンダード)	1	フランセスコ	アカ	5,842,615	マスター	アカ	11,157,541
	2	ジュリエットローズ	ピンク・サーモンピンク	2,244,702	ネルソン	アカ	5,882,814
	3	ピンクフランセスコ	ピンク・サーモンピンク	2,180,730	エクセリア	アカ	3,926,702
	4	ノラ	ピンク・サーモンピンク	1,922,480	フランセスコ	アカ	3,882,282
	5	エクセリア	アカ	1,772,785	シルクロード	シロ	3,337,356
ユリ(オリエンタル)	1	カサブランカ	シロ	3,067,316	シベリア	シロ	6,194,958
	2	ソルボンヌ	ピンク・サーモンピンク	1,951,720	ソルボンヌ	ピンク・サーモンピンク	5,905,221
	3	シベリア	シロ	1,405,742	カサブランカ	シロ	3,927,770
	4	ルレーブ	ピンク・サーモンピンク	931,505	アクティバ	ピンク・サーモンピンク	1,181,561
	5	マルコポーロ	フクシヨク	595,179	リアルト	シロ	1,051,631

資料：日本花き取引コード普及促進協議会「花きの品種別流通動向分析について」

注1：平成20年は17市場、平成13年は4市場が調査対象

注2：黄色は、H13年に順位5位までのランクになく、H20年に順位5位内に入った品種

注3：品種名の前に「[®]」がついているものは、輸入等で品種が特定されず流通されているもの

資料：農林水産省知的財産課調べ及び日本花き取引コード普及促進協議会「日本花き取引コード」

注1：新品種登録件数は、種苗法に基づき日本国内の事業者が申請した件数

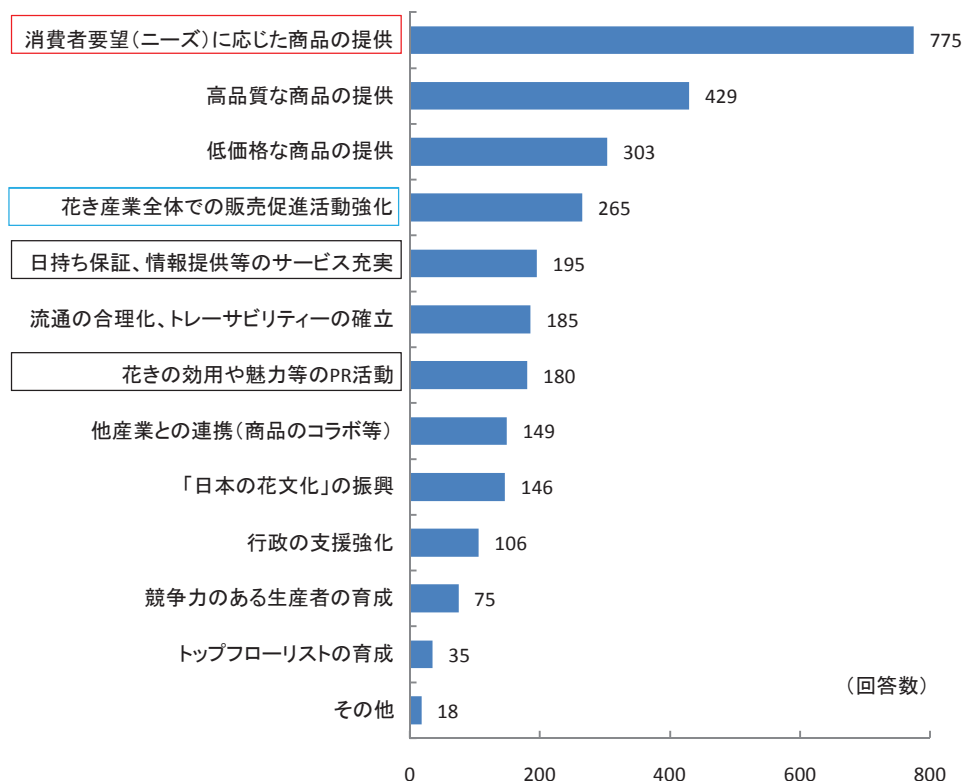
注2：「日本花き取引コード」は、花き流通の大型化・広域化、販売の多様化等に対応するため、国内で流通している花きの品種に対し、5桁のコード番号を割り当て、迅速な物流、事務処理の効率化等花き流通の合理化を図るものである。通常、生産者等は、市場に新品種を出荷するに当たり、日本花き取引コードにその品種を新規登録する。

3 ニーズに対応した生産・流通・販売 (36)花き産業の活性化に向けた取組み

- 花き産業の活性化に効果的な取組みについて、花き小売店および卸売業者においては、「消費者要望(ニーズ)に応じた商品の提供」、「花き産業全体での販売促進活動強化」等が効果的な取組として挙げられる。
- また、「花育活動の推進」についても、卸売業者は効果的な取組みとして考えている。花き小売店では、アンケートを実施した(社)日本生花通信配達協会が既に「花育活動」の重要性を認知し、花育活動に取り組んでいるため、選択項目に「花育活動の推進」を入れていない。
- 「日持ち保証、情報提供等のサービスの充実」、「花きの効用や魅力等のPR活動」等の、商品に付加価値を付ける取組は、花き小売店、卸売業者ともに相対的に見て回答数が少ない。

○花き小売店における花き産業の活性化に効果的な取組について

(n=886回答数3つ以内)



○卸売業者における花き産業の活性化に効果的な取組について

(n=73回答数3つ以内)

