

7. 花きの将来予測

（１）考え方

人口推計と世帯予測に基づいて、切り花の出荷数量と購入金額の将来推計を行った。また、出荷数量と購入金額の将来シナリオとして低位～中位～高位の３パターンを設定した。

（２）人口予測に基づく、出荷数量のシミュレーション

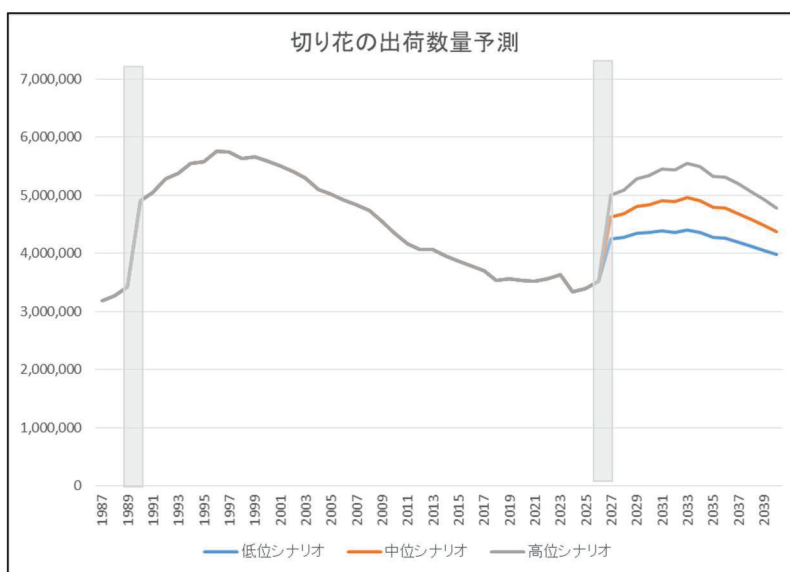
切り花

高位シナリオでは、切り花の国民１人あたりの出荷数量が横浜国際園芸博覧会を契機に大阪花博と同様に変化すると仮定し、人口予測データから将来の切花の出荷数量を推計した。それまで逡減してきた出荷数量は、**2027 年**の横浜国際園芸博覧会を機に国内での生産が拡大して **2026 年**の 1.4 倍に増加する。2033 年にピークを迎えた後、緩やかに減少する見通しとなった。

中位シナリオでは、高位シナリオと同様に国民１人あたりの出荷数量が横浜国際園芸博覧会を契機に増加するものの、当時の経済状況との違いから大阪花博までは増加しないと想定し、**2027 年**は **2026 年**の 1.3 倍（大阪花博との来場者数の比較から設定）になると仮定した。

低位シナリオでは、輸入品が普及したため、横浜国際園芸博覧会による **2027 年**の国内の生産規模拡大が、**2026 年**比で 1.2 倍程度（横浜博の来場者数を 1,000 万人と設定）にとどまると仮定した。

図表39 切り花の出荷数量のシミュレーション



資料：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」、
農林水産省「花木等生産状況調査」

キク

キクは、日本を代表する切り花で、周年にわたって市場に出荷されている。最も生産数量の多い花である。切り花の全生産数量は 35.3 億本で、キクは 14.2 億本で 40%を占める（2018 年）。

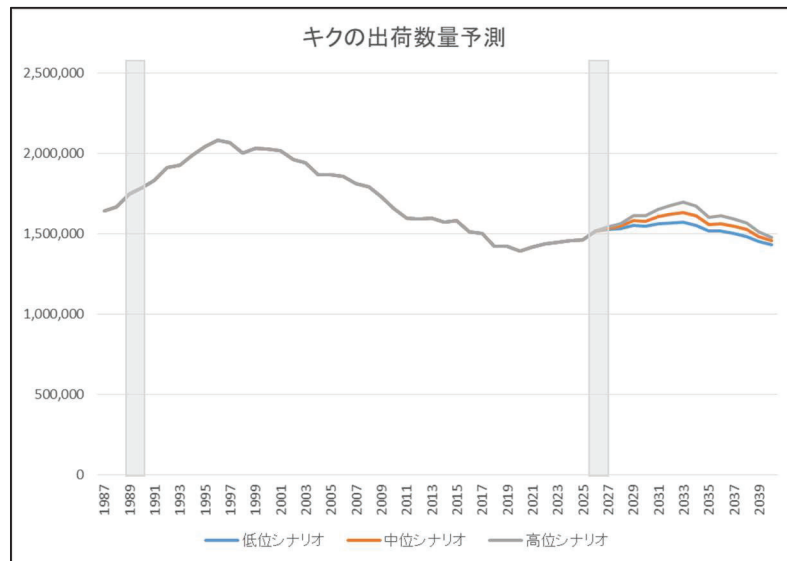
高位シナリオでは、キクの国民１人あたりの出荷数量が大阪花博と同様に変化すると仮定し、人口予測データから将来の出荷数量を推計した。1995 年以降逡減してきたキクの出荷数量は、横浜国際園芸博覧会前から国内生産が復活して 2033 年には 2018 年比 1.19 倍に増加する見通しと

なった。

中位シナリオでは、高位シナリオと同様に国民1人あたりのキクの出荷数量が横浜国際園芸博覧会を契機に増加するものの、当時の経済状況との違いから大阪花博までは増加しないと想定し、2033年には2018年比1.15倍に増加する見通しとなった。

低位シナリオでは、輸入品が普及したため、横浜国際園芸博覧会による2027年の国内の生産規模拡大が、2026年比で1.10倍に増加する見通しとなった。

図表40 キクの出荷数量のシミュレーション



資料: 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」、
農林水産省「花木等生産状況調査」

カーネーション

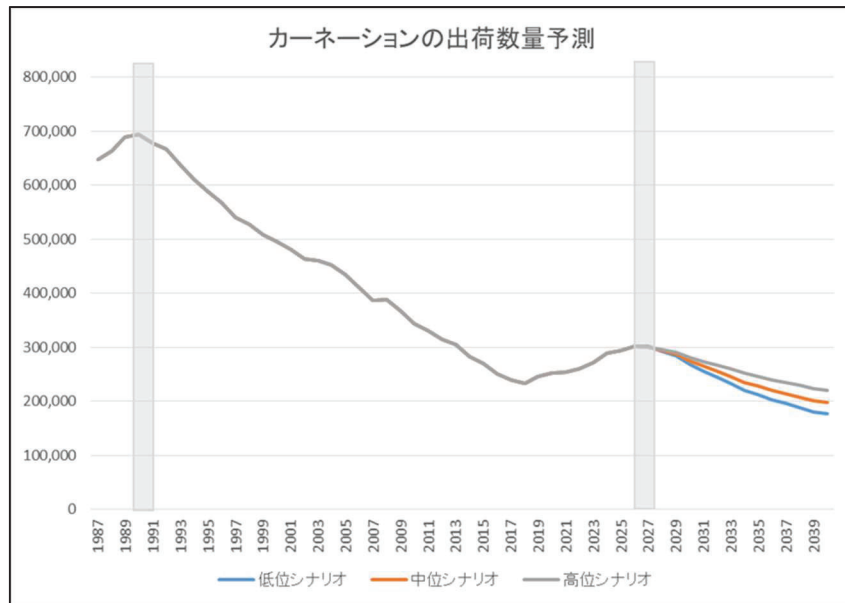
カーネーションは、長年にわたって品種改良が行われ、多くの系統、品種が生み出されてきた。2018年の生産数量は2.3億本で切り花全体の7%を占める。推移とみると、大阪花博の開催期間中に生産数量のピークに達し、以降現在まで減少傾向が続いている。なお、他の品目は大阪花博の開催期間後に生産数量が増加したが、カーネーションは花博の開催に合わせて供給された。

高位シナリオでは、カーネーションの国民1人あたりの出荷数量が大阪花博前後と同様に変化すると仮定し、人口予測データから将来の出荷数量を推計した。1995年以降減少してきたカーネーションの出荷数量は、横浜国際園芸博覧会前から国内生産が復活して2027年には2018年比1.3倍に増加する。

中位シナリオでは、高位シナリオと同様に国民1人あたりのカーネーションの出荷数量が横浜国際園芸博覧会を契機に増加するものの、当時の経済状況との違いから大阪花博までは増加しないと想定し、2033年には2018年比1.15倍に増加する展開とした。

低位シナリオでは、花博の時のトレンドを踏まえ、横浜国際園芸博覧会による2027年の国内の生産規模拡大が、2026年比で1.10倍に増加することとした。

図表41 カーネーションの出荷数量のシミュレーション



資料: 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」、
農林水産省「花木等生産状況調査」

バラ

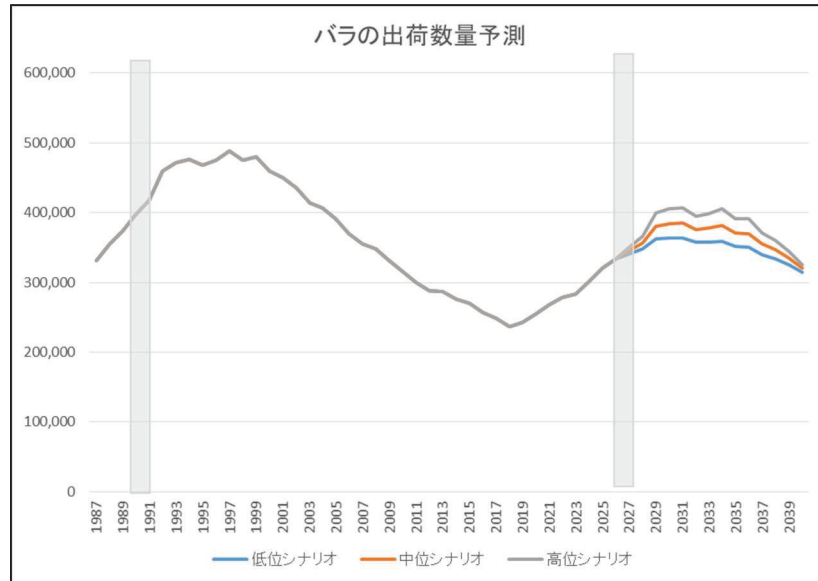
日本で生産者が切り花用に栽培しているバラの品種は200種類程度あるといわれている。2018年の出荷数量は2.4億本で切り花全体の約7%を占める。バラは大阪花博の開催後の1997年に出荷数量のピークを迎え、以降現在まで減少傾向が続いている。

高位シナリオでは、バラの国民1人あたりの出荷数量が大阪花博前後と同様に変化すると仮定し、人口予測データから将来の出荷数量を推計した。1995年以降減少してきたバラの出荷数量は、横浜国際園芸博覧会前から国内生産が復活して2027年には2018年比1.49倍に増加すると設定した。

中位シナリオでは、高位シナリオと同様に国民1人あたりのバラの出荷数量が横浜国際園芸博覧会を契機に増加するものの、当時の経済状況との違いから大阪花博までは増加しないと想定し、2027年には2018年比1.47倍に増加する展開とした。

低位シナリオでは、横浜国際園芸博覧会による2027年の国内の生産規模拡大が、2018年比で1.45倍に増加することとした。

図表42 バラの出荷数量のシミュレーション



資料: 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」、
農林水産省「花木等生産状況調査」

(3) 世帯数予測に基づく、購入金額のシミュレーション

高位シナリオ

令和元年度の本事業において、日本の所得水準からみて、花・緑の消費量は現状の 5,300 円/人/年から 6,900 円/人/年まで伸びるポテンシャルがあると述べている。約 1.3 倍は増加させることが期待されることから、高位シナリオとして、2040 年の切り花の購入金額を 2000 年より 1.3 倍になると仮定した場合、世帯数の予測から将来の切り花の購入金額をシミュレーションした。その結果、2025 年は 4,536 億円、2030 年は 4,796 億円、2040 年は 5,145 億円と増加すると予測される。2030 年の購入金額は、2020 年比で 14% 増になると期待される。

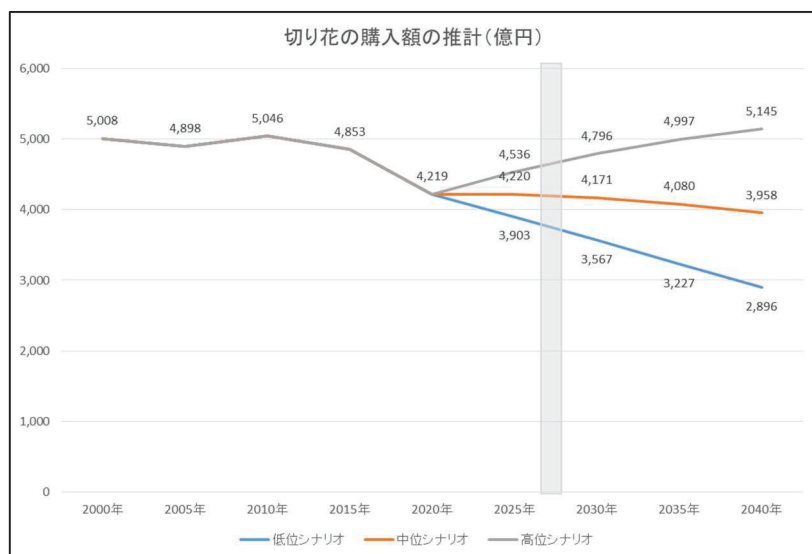
中位シナリオ

2020 年以降の切り花の 1 世帯あたりの購入金額が 2020 年と同額で推移すると仮定した場合、世帯数の将来予測から将来の切り花の購入金額を推測してみると、2040 年まで微減傾向で推移すると予測される。2030 年の購入金額は、2020 年比で 1% 減になる。

低位シナリオ

2000～2020 年のトレンドを考慮した切り花の 1 世帯あたりの購入金額 (推測値) で、将来の購入金額総額を推測すると、2025 年には対 2020 年比で ▲15% の大幅な減少になると推測される。

図表43 切り花の購入金額のシミュレーション



資料：国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計」、
総務省「家計調査年報」

8. 花きの生産、流通及び販売に関して総合的な対策

（１）新たな花き産業及び花きの文化の振興に関する基本方針

「花き産業及び花きの文化の振興に関する基本方針」では、花きの需要の長期見通しとして、2025年の需要額を6,350億円、花きの産出額目標を6,350億円と見込んでいる。そして、目標達成のために国及び地方公共団体が取り組む施策の基本方針として、以下の支援のポイントを示している。

生産者の経営の安定

国及び地方公共団体として、生産者のコスト削減や知財保護、リスク対応力強化を支援するための施策を推進する。

生産コスト削減のための支援策として、共同利用施設の導入、周年生産又は生産期間の延伸が可能となる低コスト耐候性ハウスの導入、脱化石燃料を目指した次世代施設園芸拠点の整備、施設園芸におけるヒートポンプ等の省エネ設備の導入、新規就農者の農業経営の開始に必要な農業用機械及び施設の導入等の設備整備を促進するとともに、農業生産資材の高騰による影響を小さくするための、資材コスト低減の取組に対して支援を行っていく。

生産性及び品質の向上の促進

国及び地方公共団体として、花きの生産者の産地間連携による技術交換や育種・苗供給体制の強化、形質のマーカー化による育種の加速化等の生産性及び品質の向上のための取組を支援する。また、集出荷施設における低温庫を含む産地における低温設備等、鮮度の保持に資するコールドチェーンの整備を推進していく。

加工及び流通の高度化

国及び地方公共団体は、消費者の多様な需要に対応し、付加価値を高めるために花束、フラワーアレンジメント等の加工技術の開発・向上等の取組に対して支援を行う。

また、日持ちの良い花きへの消費者ニーズに対応するために、卸売市場における低温卸売場及び低温庫の整備等を推進するよう努めるとともに、産地から小売までの流通に要する時間の短縮及びコストの低減に資する流通経路の合理化、段ボール箱等資材の規格統一及び園芸資材の再利用を推進する取組に対して支援を行うとしている。

鮮度の保持の重要性への留意

国及び地方公共団体は、花きの生産性及び品質の向上の促進並びに加工及び流通の高度化に関する施策として、生産から流通・販売に至るまでのコールドチェーンの確立、各段階における鮮度保持剤の使用等の鮮度保持のための取組の意義について関係者に対する普及啓発を行う。

輸出の促進

国及び地方公共団体は、オールジャパン体制により更なる輸出拡大を図ることを目的として、花きの文化と併せた国産花きに関する情報の発信、海外販路の拡大に向けた市場・消費実態に関する情報の収集・提供、輸出先国の植物検疫に対応した病虫害の防除方法の開発・普及及び海外

の見本市への参加の促進や海外からのバイヤーの招聘等による商談の機会の創出に努めることと
している。

図表44 新たな花き産業及び花きの文化の振興に関する基本方針(2020年4月21日公表)



出所：農林水産省「花きの現状について」、令和2年11月

(2) 花き関係者のコメント

フラワーアーティストやフラワーアレンジメントの専門学校講師、フラワーショップ経営者など、花きを取り扱っている関係者3名に対してヒアリングを実施し、花き産業の足元の課題や課題解決のための取組について情報を収集した。

花の最新トレンド

- ・ 最近では地味ブーム、ナチュラル志向で、大輪の花よりも小ぶりの花で比較的落ち着いたものが好まれているようだ(フラワーショップ経営者)
- ・ 昨今、結婚式のブーケに用いる花は、バラやユリを避けてほしいという要望がある。カスミソウ等を好む傾向があるように感じる(フラワーアーティスト)

花きの産地や旬を意識しているか

- ・ 花きは季節のもので、旬のものは日持ちも良いと感じている(フラワーショップ経営者)
- ・ 国内産地が縮小していると感じており、国産のものを優先的に使用するようになっている(フラワーアーティスト)
- ・ 海外産よりも国内産の方が、品質が良いと感じている(フラワーショップ経営者)
- ・ 高齢化等で産地の生産者が廃業すると、彼らが栽培していた品種が丸ごとなくなってしまう、非常に困っている。例えば、この間の年末は、市場にナンテンや千両の入手が困難であった

- が、とある生産者が事業をやめてしまったことが原因らしい（フラワーアーチスト）
- ・ 台風や洪水等で被害を受けた高齢の生産者は、事業継続をあきらめるとことが少なくない。ハウスが倒壊して建替えに数千万円かかるとなると仕方がないかもしれないが、品物がなくなってしまうことが残念である（フラワーアーチスト）

花の癒し効果

- ・ 切り花を購入する人が増えたと実感している（フラワーショップ経営者）
- ・ 新型コロナウイルスの感染拡大の影響なのか、インスタグラム等での料理の写真に代わって、花の写真を掲載する人が増えたと感じている。この時期はミモザやチューリップ等が紹介されているようだ。花の癒し効果を証明しているのではないか（専門学校講師）
- ・ 花の雑誌の多くが廃刊になってしまった。メディアの在り方が大きく変化している。SNS で花の魅力を伝えていくことが重要（フラワーアーチスト）

花を飾る習慣のない人に興味を持ってもらうための取組

- ・ 専門学校の生徒に、フラワーショップで花を購入したことがあるか質問したところ、誰一人買ったことがなく、ショックを受けた。急遽、花をショップで買うという宿題を与えた（専門学校講師）
- ・ 首都圏ではフラワーショップは多いものの、若い人にとって敷居は低くない。最近エキナカにあるショップとこだわりのショップとの分化がすすんでいるように思うが、後者は若者にとって入店しづらいようだ（フラワーショップ経営者）
- ・ 花1本から購入できることを知ってもらうことが必要（フラワーショップ経営者）
- ・ 青山フラワーマーケット等は、温度帯を考慮しない、誰でも触れる等、花が傷みやすい販売環境で花を扱う者としては「鼻につく」存在だが、一方で若者の花や離れ対策に貢献している。果物のマルシェのようなイメージ（フラワーアーチスト）
- ・ 学校などで、花を選ぶ体験、花をあげる体験を経験させることが重要だと思う（専門学校講師）

既に花を飾っている人に、さらに取り組んで欲しいこと

- ・ 自分のために飾っている人は、さらに人にプレゼントする等、ギフトとしての花の価値を気づいてほしい（専門学校講師）
- ・ 欧米のように、花をプレゼントするという習慣を目指していくべき（フラワーアーチスト）
- ・ 男性店員がいることもあって、場所柄、男性芸能人が多く来店する。彼らがインフルエンサーになって、花の魅力やインテリアとの調和等を伝えてほしい（フラワーショップ経営者）

花きのサプライチェーンの現状と課題

- ・ 花きの場合、大手の小売チェーン以外は、全て小口なため、販売と生産者が相対で契約することは難しく、卸売業が無くてはサプライチェーンが成立しない（フラワーショップ経営者）
- ・ 仲卸やセリ業者は産地や品種の情報に詳しく、頼りにしている。特にブーケは2カ月前からクライアントと相談の上、花束をデザインしているので、実際の式の時に入手できないと困

てしまう。その時に問題なく品物が調達できるのは仲卸やセリ業者のおかげ（フラワーアーチスト）

- ・ 現状、消費者や卸売業のニーズをみながら産地を調整していく機能は、JA が担っていると思う。長野県の JA みなみ信州は品質にこだわったダリアの栽培に力を入れている（フラワーアーチスト）

花きの生産者と連携する可能性

- ・ 花きの生産者がいることで商売ができていることを痛感しているので、できることがあれば協力していきたい（フラワーショップ経営者）
- ・ 消費者はあまり産地を意識していないと思うが、花を取り扱う関係者であれば産地の課題を強く認識していると思うので、産地の振興に役立ちたいと思っている（フラワーアーチスト）

その他

- ・ 結婚式と葬式が、人生の中で最も花に囲まれるとき。生きている結婚式で花に囲まれることの喜びを感じてほしい（フラワーアーチスト）
- ・ 海外市場に日本の高品質の花きを販売するような取組を進めていくことで産地を活性化できないだろうか（専門学校講師）
- ・ 花ロスの取組が評価されているようだが、本来商品が使用されている市場を奪うことになっていないか心配している（専門学校講師）

（３）花きの生産、流通及び販売に関して総合的な対策

「花き産業及び花きの文化の振興に関する基本方針」と花き関係者のコメントを参考に、花きの生産、流通及び販売に関する総合的な対策として強化すべき点を整理した。

なお、すでに「花き産業及び花きの文化の振興に関する基本方針」や令和元年度の本事業で記載されている事項は省いている。

生産

- ・ 生産地における新たな設備投資は容易ではない。大規模な自動化やロボット等の導入よりも、当面はセンサ等を活用した温度、日照、空調などの環境制御に重点を置いたスマート化を推進すべき。その実現のためのデータを産地間で共有し、高品質な商品をスピーディに供給する体制を構築する
- ・ 現在の産地の体力を考慮すると、一部を除き国産花きの輸出は難しい。欧米市場向けに海外でパテント生産を行うなど、ロイヤリティ（Royalty）ビジネスも考慮した多様な展開を模索すべき
- ・ 生産者・産地の苦境を理解する販売業者、デザイナー、教育者を増やし、新たな解決策を議論するために、サプライチェーン全体での交流・情報共有を推進する
- ・ JA や生産者組合等が有している産地間の調整機能を強化するために、他業種のノウハウや技術等の積極的な学習を進め、花き生産への応用について検討する

流通

- ・ 卸売市場や仲卸業者が保有しているコンサルティング機能や企画力を用いて、ブームを先取りする、ブームを生み出すような情報発信を進める
- ・ 大企業等と連携した **SDGs** プロジェクトを企画・実施する等、社会に対して国内の花き産業の現状に関する問題提起と解決策の提案を多発的に展開する

販売

- ・ 消費者にとって、花の産地が花の名所として認識されていないためにブランド価値が構築されていない。メディアや SNS 等を活用した情報発信を行う
- ・ 花きと相性の良いインテリア、ファッション、花器等との組み合わせを多様なメディアを通じて発信し、消費を喚起する
- ・ インフルエンサー等のチカラを借り、小売店等で、花 1 輪から購入できることなど、多様な花の楽しみ方を提案する
- ・ 花のインスタグラムのコンテスト等、口コミを誘発するような活動を支援する

地域との関わり

- ・ 学校教育を通じて、児童に花を選ぶ体験、花をあげる体験を経験させる
- ・ 病院や高齢者施設における園芸療法等の定着を目指し、医療、介護、花き生産に関わる専門家の育成やカリキュラムの確立、交流を促進する

横浜国際園芸博覧会を契機とした展開

- ・ 種を播き、花を育て、刈り取り、飾って楽しむといった、花きのサプライチェーン全体を俯瞰、あるいは体験してもらうような展示やイベントを企画・運営する
- ・ 場外の産地や花束加工場と連携した花きのサプライチェーン全体を感じる展示やイベントを企画・運営する
- ・ 花の持つ多面的な役割・機能（生物学的な機能、文化的な意味、癒しの効用、装飾等）を表現した展示やイベントを企画・運営する
- ・ 栽培方法、鮮度保持方法等、花き産業が消費者の手元に花を届けるための様々な工夫、技術、ノウハウを伝承する機会として展示やイベントを企画・運営する
- ・ 世界の様々な環境に適応して育つ花や植物を紹介し、来場者等の関心を喚起する

