

地域と農業

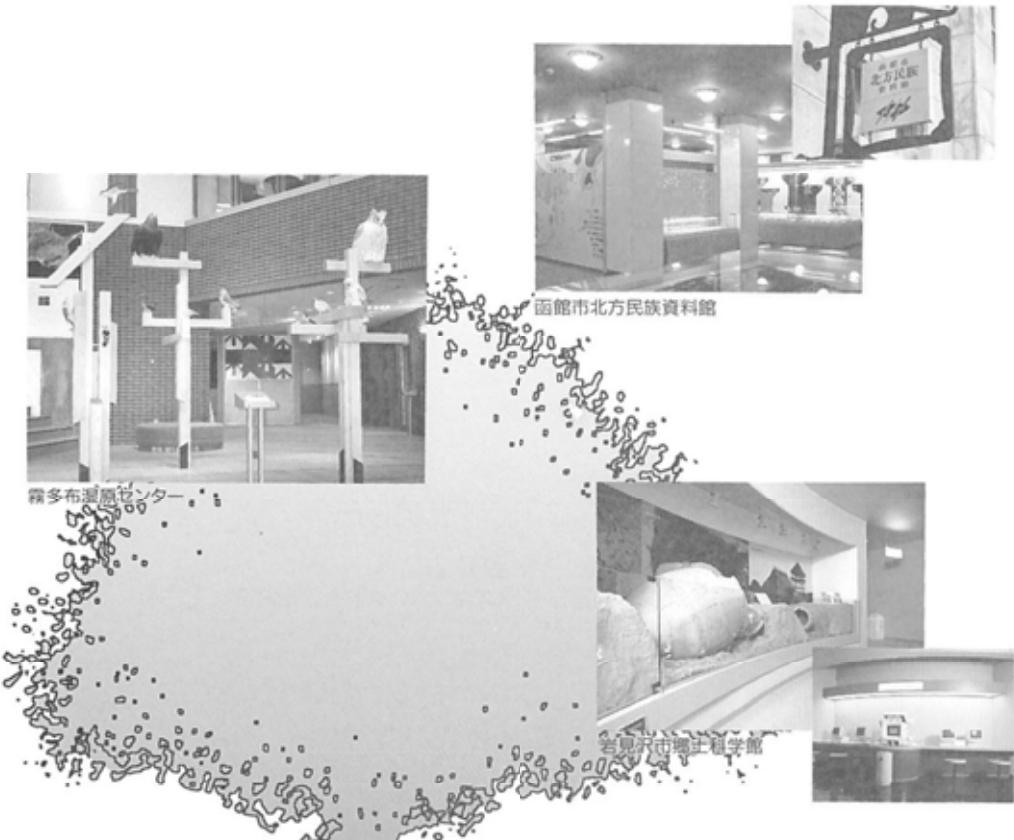
会 報

第 13 号
May. 1994

特集 花産業は華と咲けるか

Spring

社団法人 北海道地域農業研究所



北の大地で芽をだし20年、
今では大地にしつかり根をはり
大きく広がった幹をもつ企業へと育ちました。
北海道で生まれ、北海道で育った私たち、
これからも北海道の歴史と人と未来を見つめつづける
企業でありたいと考えます。

歴史と人と未来を結んで

おもな業務内容

博物館・資料館など展示施設の設計・施工
パンフレット・カタログなど印刷物の企画・制作
映像やコンピュータ装置による観光案内施設
看板・標示板などのサイン計画

gb 株式会社 現代ビューロー[®]
GENDAI BUREAU CO., LTD.
〒060 札幌市中央区北2条西3丁目 札幌第1ビル 7F
TEL 011-231-6049 FAX 011-222-6149

地域と農業



表紙写真
撮影者=谷口雅之

一 目 次 一

| | | |
|-----|---|---|
| 特 集 | 花産業は華と咲けるか | —新しい需要の創造を 目指す花きの生産・流通の体制をどのように築きあげるか— |
| 2 | | |
| 4 | 拡大と『革新』を遂げる花の生産・消費・市場 | 北海道大学農学部 助教授 飯澤理一郎 |
| 8 | 都市の消費者が望む花の姿 | 帝塚山学院大学 講師 今西 弘子 |
| 12 | 花き消費の前線から産地に何を望むか | スズキフロリスト代表取締役 鈴木 昭 |
| 14 | 花の新しい販売方式にチャレンジする | 株式会社アイム・コーポレーション代表取締役社長 伊藤 瞳 |
| 17 | 花き卸売市場はどのように変革するか | 株式会社大田花き 代表取締役社長 磯村 信夫 |
| 20 | 花き生産体制の整備に取り組む | 当麻農業協同組合 花卉課長 金森 悅雄 |
| 24 | ホクレンのフラワービジョン=全道共販を目指して= | ホクレン農業協同組合連合会 花き特産課長 富山 保夫 |
| 29 | 今後の北海道の花き生産の課題と方向 | 北海道立上川農業試験場上川専技室主任専門技術員 川名 淳二 |
| 36 | ときの話題 あとつぎは幸せな女性のいる農家に | 北海道大学経済学部 教授 牛山 敬二 |
| 38 | 解 説 1993年の冷夏の特徴と今年の暖候期予報の解説 | 札幌管区気象台 予報課 予報官 若原 勝二 |
| 44 | Essay 通信販売事業を通して思うこと | 全農食品株式会社 取締役直販事業部長 橋本 清彰 |
| 48 | BOOK REVIEW 『どうしてもコメの話』 広報ほくれん編集長 能條 伸樹 | |
| 50 | 連 載 情報システムはいま12 | ホクレン農業協同組合連合会営農対策課調査役 中村 正士 |
| 56 | 平成5年度北海道地域農業研究所事業経過報告 | |
| 59 | 掲示版・おしらせ・DATA FILE | |



産業は華と咲けるか

—新しい需要の創造を目指す花きの生産・流通の体制をどのように築きあげるか—

バブル景気が崩壊のあととの長い不況のトンネル状態は、農産物の需要を停滞させている。加えて昨年の十二月十四日に、衝撃的に合意したガット・ウルグアイラウンドが象徴するように、海外からの農産物輸入圧力は、自由化（関税率の引き下げ、各種規制の緩和）を後押しにして、国内農産物の市場を、日に日に浸食してきている。

北海道農業は昨年、釧路沖、南西沖と一度にわたる大地震の被害を受け、更に戦後最大とも言われる、未曾有の大冷害の洗礼を受けた。

担い手不足などの構造問題に、解決の糸口が見出せない段階のなかで、自然と国外からとの、ダブルパンチをしたたかに受けたのである。生産農家も農協も、そして地域の経済も、大きなダメージを受け、先行きに対する不安感は増幅している。

しかし、そうした中でも新しい年の、春耕作業は始まつた。人間の生き甲斐の根本に、明日への期待がある。

確かに農業を取り巻く環境は、厳しすぎるほど厳しいが、期待は失わず生き甲斐の持てる農業を、創造していきたい。

さて、本号の特集は「花」を取り上げてみた。多くの農産物が前述のことき事由から、停滞や漸減の傾向を続ける中で、花きはここ数年、生産、消費ともに大きな伸長をつづけてきた。

特に本道の花き生産の伸び率は、極めて大きい。そして、今後も生産の拡大が予想されている。

だが、手放しで順風満帆の航海を続けられるほどに、易しい産業でもないみたいである。

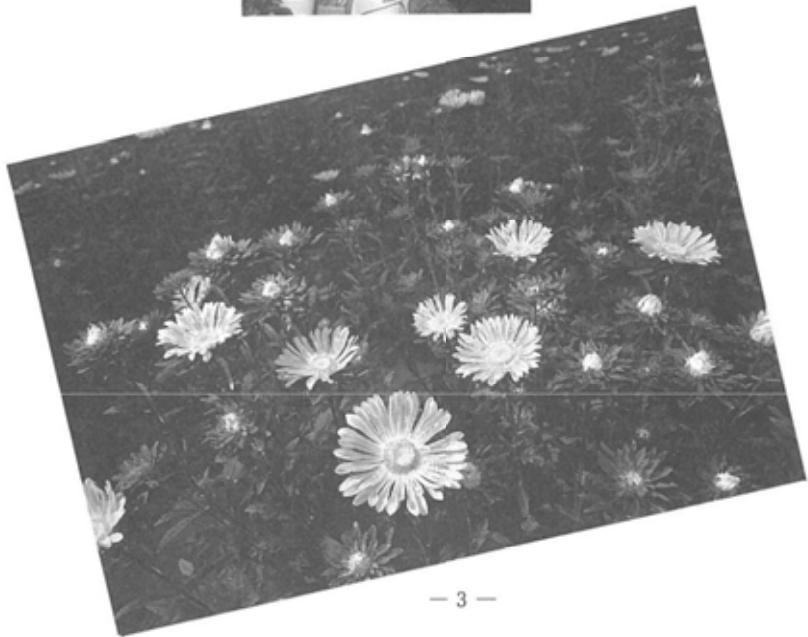
産地における組織整備の立ち遅れ、物流システムの未整備、卸売、小売市場の零細性、そして、他の農産物と同様に世界各国からの輸入は確実に増加傾向にある。

本誌では、消費、流通、生産のそれぞれの立場から、斬界の有識者各位の提言を頂いた。

心の安らぎを求めて止まぬ、人の営みに、花とみどりは永遠のと

もぐれであり、そのためにも花き産業が健全な発展を続けることが、望ましい。
その一助として、この特集が少しでも役立つことができれば、望外の喜びである。

(編集部)



拡大と“革新”を遂げる

花の生産・消費・市場

ー必要な生産者の攻めの姿勢ー

北海道大学農学部

助教授 飯澤理一郎

拡大する花の生産と消費

最近、"花"がホットな話題呼んでいる。産地も次々に増えてきたし、三百円とか五百円とかで花束を売っている店もめつきり増えている。

特に、北海道での躍進は目覚ま

需要がほんの少し足踏みしたが、個人用消費・家庭用消費は順調に

ところで、出荷し、あるいは出荷しようとする市場はどんな状況

二十年遅れの花市場

にあるのである。一言で表現すれば、"大変遅れている"青果・

水産物に比べて二十年は遅れているのが花市場の現状なのである。花は普通、生産者から卸売市場、小売店を通り消費者に届けられるが、卸売市場、小売店はいかんせん小規模で効率もそこぶる悪い。

最近、卸売市場の統廃合が進み、それなりに大型化が進んできたが、未だ零細性を根本的に克服するには至っていない。年間取扱額が百億円を超す卸売業者は全国に五業者しかなく、大方は二十億円未満である。最大規模の業者でさえ青果・水産物市場の卸売業者の平均に遙かに及ばず、それらの最高に比べて六分の一・十三分の一以下の規模でしかない。さらに、卸売業者と販出人との"義理人情的"な関係、例えば「先輩の販出人よりも先に貢うとは言えない」などの古い因習も、完全には払拭しきれていないと言う。まさに、札幌に中央卸売市場ができる前、三十年前をも思わせるような状況である。これ程零細で、かつ古い諸関係を残しておいて、果たして卸売機能を市場が十全に発揮しているかどうか、はなはだ疑問の残るところ

しへ、都府県出荷を目指した産地が陸続と形成され、また花生産に興味を持つ地域も随分増えてきた。打ち続く「減反・転作」と政府管掌農産物価格の連続的な引下げの中、何としても営農を守ろうとする農家の方々の並々ならぬ決意を、そこに感じるのは私だけではあるまい。



飯沢理一郎（いいざわ
りいちろう）さん

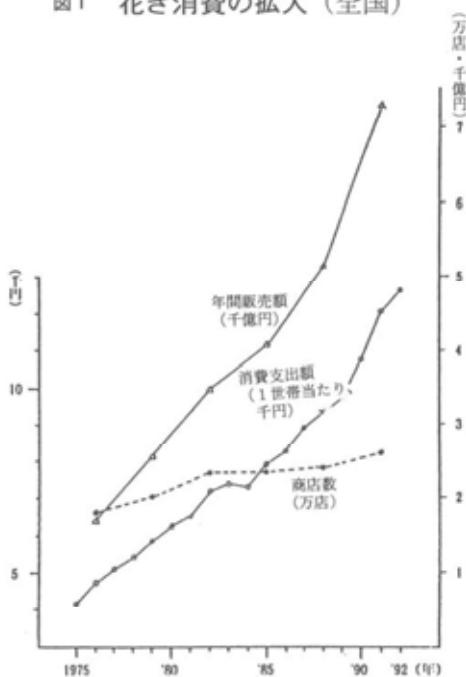
1948年山形県生まれ。北海道大学理学部生物学科卒業、北海道大学大学院農学科博士課程終了。農学博士。

著書・論文：「農産加工業の構造と展開」(名寄女子短大紀要)

「現代農産物市場論」(あゆみ出版)「現代の農業市場」(ミネルヴァ書房)「経済摩擦と日本農業」(ミネルヴァ書房)「価格の国際比較—生産資材編ー」(農文協)など

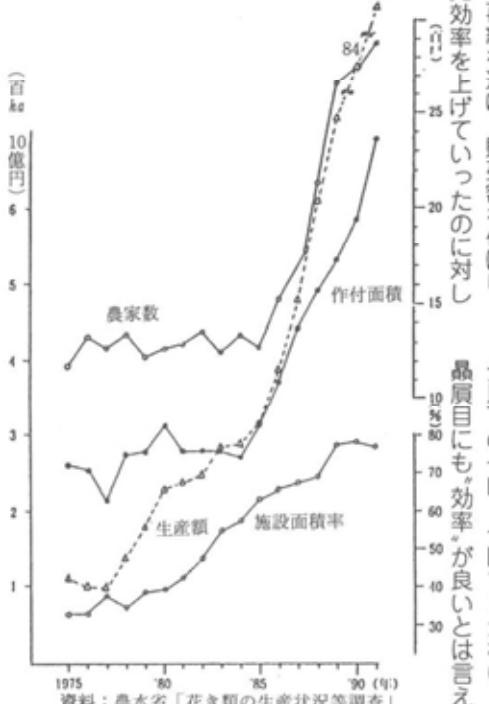


◀ 三月札幌にオープンした
カジュアルフラワーの店



資料：通產省「商業統計表」總務序「家計調查年報」

図2 花き生産の推移（北海道）



花小売店も同じく、「パパ・ママストア」程に零細で、販売効率が良いとはとても言えない。小売店はこの間大きく増え、今や店舗数二万六千弱、従業員数八万人弱を数えるまでになったが、その平均規模は従業員三人、販売額三千万円弱と、ここ二十数年ほとんど変化していない（もちろん販売額は物価上昇にともなつて増加しているが）。

野菜や果実小売店が「大手スーパー」との競争の中でトラスチックな再編を遂げ、販売額を伸ばし、販売効率を上げていったのに対し

て、花小売店では何かが時間が止まつたような感じすら抱かせられる。参考までに、数値を挙げておこう。一店当たり年間販売額は野菜の四・五二七万円、果実の三・八九三万円に対して、花は一・八一三万円にしか過ぎず、商品手持額（在庫額）も野菜の一・一八万円（年間販売額の二・六%）、果実の一〇九万円（二・八%）に対して、六・八%にも当る一九一万円に達している。一つであるから商品回転率はすぐぶる悪く、野菜の三八・五回、果実の三五・七回に対して半分以下の一四・七回でしかない。晶晶自にも、効率が良いとは言え

す、逆に、長期在庫に伴う品傷み率、廃棄率が特に高いことを連想させ、更に掛値率（売値と仕入値との差）も著しく高いだろうことを予想させにはおかしい。事実、荒っぽい比較で恐縮であるが、卸売市場価格と小売価格との間に三～四倍もの開差が見られるのである。

さうに、問題はそれだけに尽きない。素人さんお断り」とでも言いたげな何とも入り難い店構え、店舗の雰囲気や、当店は時価方式

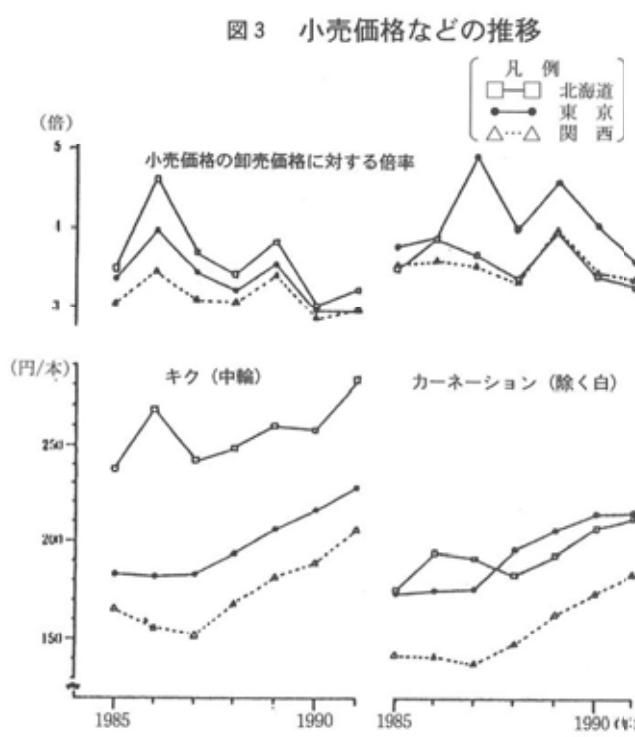
広がりつつある花市場の“革新”

です」と公言しているような価格表示の無いショーウィンドウなどなど、問題は山積している。

表-1 規模別卸売業者・市場の構成

| 区分 | 年度 | 年 | | |
|----------|---------------------------|------------|------------|------------|
| | | 1985年 | 1990年 | 1992年 |
| 合計 | 計 | 193(100.0) | 203(100.0) | 206(100.0) |
| 年間取扱高 | 10億円未満 | 100(51.8) | 82(40.4) | 71(34.5) |
| | 10～20億円未満 | 44(22.8) | 52(25.6) | 65(31.6) |
| | 20～20 “ | 28(14.5) | 22(10.8) | 18(8.7) |
| | 30～40 “ | 8(4.1) | 15(7.4) | 17(8.3) |
| | 40～50 “ | 3(1.6) | 13(6.4) | 15(7.3) |
| | 50～100 “ | 8(4.1) | 13(6.4) | 15(7.3) |
| | 100億円以上 | 1(0.5) | 5(2.5) | 5(2.4) |
| | 不明 | 1(0.5) | 1(0.5) | 0(0.0) |
| 卸売場面積規模別 | 500m ² 未満 | 96(49.7) | 95(46.8) | 94(45.6) |
| | 500～1000m ² 未満 | 41(21.2) | 42(20.7) | 44(21.4) |
| | 1000～3000m ² “ | 42(21.8) | 46(22.7) | 47(22.8) |
| | 3000～5000m ² “ | 8(4.1) | 15(7.4) | 14(6.8) |
| | 5000m ² 以上 | 3(1.6) | 4(2.0) | 7(3.4) |
| | 不明 | 3(1.6) | 1(0.5) | 0(0.0) |

資料：日本花き卸売市場協会：「花き市場流通調査報告書」
「花き市場流通調査概要」



資料：総務省「小売物価統計調査年報」各年版

革新的の波が着実に到来している。その一つは、卸売市場の統合整備・大型化が急ピッチで進められつつあることである。「卸売市場整備基本方針」（一九九一年）

です」と公言しているような価格表示の無いショーウィンドウなどなど、問題は山積している。

二つめは、小売店における革新の動きで、入りやすい店作りに心掛けたり、価格表示をするようになった店も見受けられるようになつた。そして、その先端に、三百円とか五百円とかの廉価・定格化してきている。

額の“ラッピング済み花束”を扱う花屋や量販店、異業種からの参入店（青果店、ガソリンスタンドなど）なども出現し、そうした動きは爆発的に広がりつつある。また、卸売業者の中にも花束加工場を作り、こうした動きに積極的に対応していこうとするものも現れてき

▲ ハウス内で丹精こめて栽培される花



ている。廉価・定額の“ラッピング済み花束”は、倍々ゲーム的に売上げを伸ばしていると聞く。

そして三つめは、右のこととも関連するが、

産地と小売業者などとの直接取引

が増えつつあることである。

安定した量を安

定した価格

で仕入れら

れなければ、

廉価・定額

の“ラッピ

ング済み花

束”を恒常

的に供給し

ていくことが

出来ない。

また、変動

激しい卸売

市場に全身を任せていたのでは花生産を安定的に続けていくことは出来ない。こうした両者の思惑が出会い、直接取引が徐々にではあ

れ拡大してきつつあるのである。

今日、花の個人・家庭消費が大きくなっている。各種調査の結果



▲ 出荷を前に咲きほころぶ北海道の花

組みいかんに懸かっていると言えそうである。もし、大きく花咲かせることが出来たならば、莫大な花市場が眼前に開かれるることは間違いない。日常的に家庭を花で飾る習慣が形成され、一家庭当たり一週間に一度、四～五本の花を購入したとすれば、わが国全体で実に四十～百億本強もの新たな需要が喚起される勘定になる。それは、一九九一年度の切り花類の出荷数量五十四億本に匹敵するが、遙かに凌駕する数量である。

生産者の中には、廉価な家庭用消費が増えれば増える程、それにつられて価格は下落し、また業務用需要もそれに食われるのではないかと心配する向きのあるのも事実である。しかし、そうはなるまい。むしろ逆に、花に親しむ機会が増えればそれだけ、オフィス用や贈答用などの業務用需要も増えていくのではないだろうか。

現状の墨守ではなく、花市場を革新し、そして大々的に拡大していく積極果敢な攻めの姿勢を期待したい。

果を見ても、その意向はすこぶる高い。こうした意向を大きく花咲かせるか、それとも蕾のままで終わらせるか、すべてこれからのお

都市の消費者が望む花

花と人とのかかわりについての調査より

帝塚山学院大学 講師 今 西 弘 子

昨年後半に「二~三年前に比べた花を買う回数と量の変化」を調査したところ、切り花、鉢植えとともに家族がふだん楽しむためのものが増えたとする回答が約三割であるのに対し、減ったとするものは約一割で、明らかな増加傾向が示された。これに対し、来客、行事、ギフト用では増減がこれとはほぼ逆の割合となり、減少の傾向がみられた。歴史的にみて、諸外国と比較しても、わが国ではあらゆる階層の人々が古くから生活の中に花を取り入れ、楽しんでいたといわれている。しかし、つい最近まで人々は来客や特別の日のための花には代価を払つたが、自

分や家族がふだん楽しむための花を買うことは少なかつた。ところが、ようやくモノが満たされ、心の豊かさや潤いを求めるとする気持ちが強くなつた現在、ふだん楽しむ花は生活必需品になりつつある。すなわち、花を買うという行動が、非日常的なものから日常的なものに変わる過渡期であるといふてもよいだろう。これに伴つて消費者の求める花や、購買態度にどのような変化が表れるのかを中心と考えてみたい。

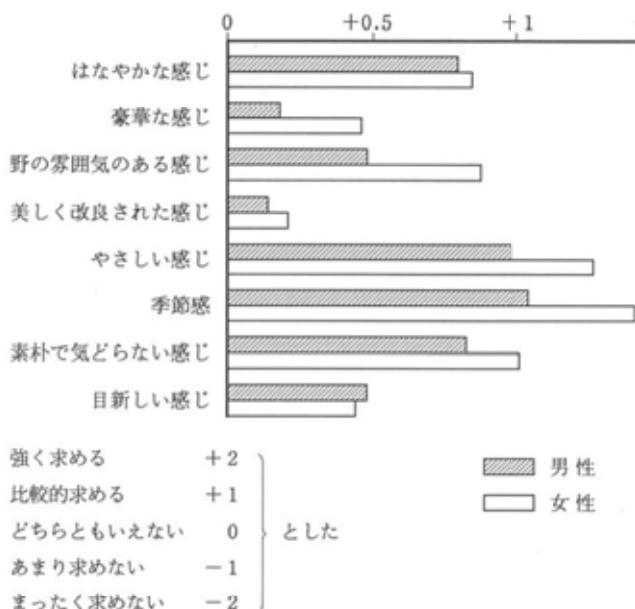
やすらぎ、自然、うるおい

の調査から、およそ次のようなことがわかってきている。すなわち、花のイメージとしては「やすらぎ」とする人がもっとも多く、「自然」、「うるおい」などがこれに続く。また花に求めるものは「季節感」を求める度合が最も大きく、続いて「やさしい感じ」、「かわいい感じ」、「素朴で気取らない感じ」「はなやかな感じ」などとなる(図-1)。さらに花の色では、白の好まれる度合がもっとも大きく、他の色を濃く淡色の方を好む度合が大きい(図-2)。昨年の調査の「買いたいと思う花の色は」でも、同様

の結果が得られている。おもな花の種類ごとの好みの度合を調べると、順序は入れ替わってもベストスリーはほとんどの場合サクラ、コスモス、カスミソウとなり、四位以下も上位はやさしい草花が多い。以上の結果などから総合的に判断すると、都市に住む現代人の花の好みのおよその輪郭が浮かんでくる。すなわち、季節感にあふれ、野の雰囲気を持つ、「軽・薄・淡・小」の花、「3Y(やすらぎ、やさしさ、やわらかさ)」の花と「このこと」になる。「このこと」から、現代人は花に鎮静や癒しの効果を求めていると考えてよいだろう。ただし、季節感が最優先されるので、季節的に「3Y」で短期間のみ観賞される花では、必ずしも「軽・薄・淡・小」、「3Y」である必要はないと思われる。

また好まれる花の条件に、実際にみたことがなくともどこのみたことがあるような気がする「既視感」(déjà vu)を加えたい。淡色、小型などバラエティに富んだチューリップが出回り始めた花博以降、若い女性中心ではあるが、

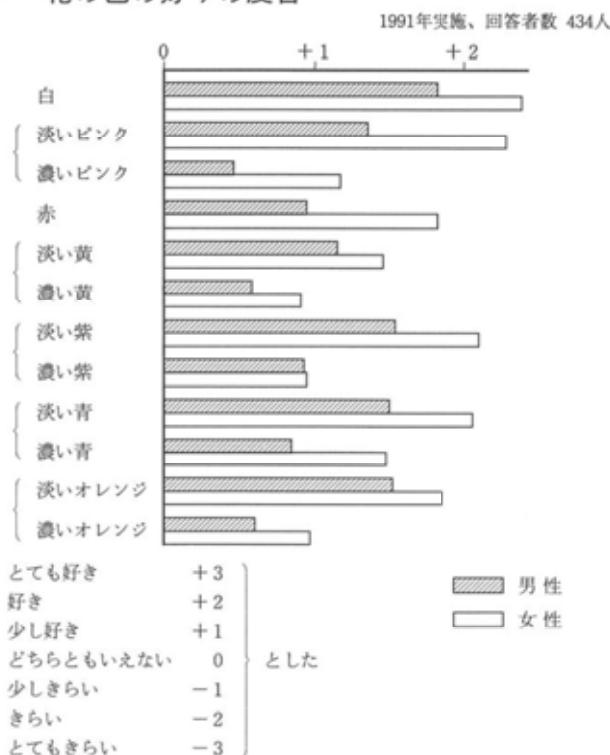
図-1 ふだん用の切り花にはどのような感をどのくらい求めますか
1993.3.26日実施、回答者数 368人、18~75歳・男女



男女年齢にかかわりなくこの花が高い人気を保っているのがそのよい例である(表-1)。幼いときに目にし、描いた花そのままでは、たんになつかしいだけであるが、「軽・薄・淡・小」という新味を加え、バラエティに富んだものになつて再登場したところに人気の

秘密があるように思われる。新奇な花よりも、どこになつかしさを感じさせる花の方が、受け入れられやすいことは確かなようだ。さらに「変化」もふだん楽しむ花として好まれるためのキーワードの一つか考えられる。たとえば、ギフトや来客用、業務用では不都

図-2 花の色好みの度合



合とされる、温度や光の変化で閉する花は、ぐつろぎの時間をともに過ごすパートナーとしてはむしろ都合のよい条件といえる。切り花であれば、わずかな時間や空気の流れにも反応して、そのときどきに表情を変えるような花がふだん用としては楽しい。鉢植えや

花壇であれば、発芽から結実までのそれぞれのステージに趣があり、観賞に耐えるような種類が望まれるようになると思われる。造花のようにいつまでも変わらぬ美しさを保つ切り花、季節を問わず、だらだらと咲き続ける花壇の花に、反発の態度を示す消費者はしたいに

増えてくると予測される。

(調査対象者は大阪府下の消費者
約六百五十人)

花と緑の関係に変化

軽・薄・淡・小

花を買って楽しむことが一種の
ステイタスシンボルとされ、「重・
厚・濃・大」の目立つ花が求めら
れた時代とは異なって、誰もがふ
だんの生活にやすらぎやうるおい
を求めて「軽・薄・淡・小」、



表-1

花の種類ごとの好みの度合 (7段階尺度評定平均値)

| | 全回答者 (n=414) | 男性 (n=179) | 女性 (n=235) | 生花店 利用者 (n=434) |
|---------|-----------------|---------------|---------------|-----------------------|
| カスミソウ | 2.04 | 1.29 | 2.50 | 2.08 |
| サクララ | 1.95 | 1.69 | 2.17 | 1.93 |
| チューリップ | 1.71 | 1.05 | 1.27 | 1.60 |
| スマミレ | 1.68 | 1.37 | 1.91 | 1.81 |
| コスモス | 1.68 | 1.23 | 1.04 | 1.02 |
| バラ | 1.65 | 1.07 | 2.12 | 2.10 |
| カーネーション | 1.39 | 1.12 | 1.60 | 1.25 |
| トルコギキョウ | 1.38 | 0.87 | 1.60 | 1.65 |
| スイセン | 1.38 | 1.11 | 1.59 | 1.62 |
| シンビジュム | 1.30 | 1.27 | 1.32 | 1.44 |
| ヒマワリ | 1.22 | 0.87 | 1.51 | 0.92 |
| ダリア | 0.66 | 0.55 | 0.70 | 0.45 |
| キ | 0.22 | 0.32 | 0.14 | 0.62 |

+3…とても好き、+2…好き、+1…すこし好き、0…どちらともいえない、-1…すこしきらい、-2…きらい、-3…とてもきらい、とした平均値。表中の十は省略。

対象は15~20歳の高校生、大学1~2回生の男女。1991年実施。比較的の生花店利用者(成人)は1989年実施のデータ。

花は自然からの使者

形、質感、バランスなどに対する
消費者の関心はますます強くなる
と考えられる。

新品種の開発はいつの時代にも
さかんなようであるが、いま求め
られているふだん用の花に関して
は「目新しさ」はあまり求められ
ていない(図-1)。○○「ブンクー
ルで△△賞に輝いた」という新しい
品種に、既存の品種以上のやすら
ぎを感じる花があったという記憶
はあまりない。花型や花色にこれ

以上の新味を求めれば、その花の
もつ本来の美しさから離れ、不
然な珍奇さと下品さだけが増すこ
となるように思われる。これまで
の調査からも一般消費者の多く
は、その種類の持つ独自の花型や
花色を好ましいと感じていること
がうかがえる。ふつうの人が、ふ
だん楽しむために「青いバラ」は
あまり重要ではない。採算性など
を考慮しない身勝手な言い分が許
されるとすれば、ふだん楽しむた

市販される花の中で、ふだん楽し
む花の占める割合が多くなるほど
上述のような条件が強く求めら
れるようになるだろう。なぜなら
ギフトやパーティ用ではなく、
「消費者=その花を楽しむ人」で
あるから、調査の結果に示された
ような花に対する好みが消費に直
接反映されると思われるからであ
る。ただし消費の約八十九%がブレ

めの花は、
促成や抑
制栽培に
よる出荷
期間の延
長よりも
種類の数
を増やし、
やや先取
りした季
節感を主
軸とした
品目構成
が望まれ
る。



今西 弘子（いまにし ひろこ）さん

帝塚山学院大学講師。大阪テクノ・ホルティ園芸専門学校講師
1963年 千葉大学園芸学部卒業（花き園芸学専攻）
1965年 京都大学大学院農業研究科修士課程修了（そ菜花き園芸学専攻）
1978～1989年 大阪府立大学総合科学部で心理学関係の単位取得。農学博士。
専門分野は園芸文化論。花き園芸学、花き園芸学と心理学の学際的、境界的領域の調査研究。
1985年「花と人とのかかわりについての調査」に着手、現在にいたる。近年は心理的側面からの花の消費動向調査を手掛ける。

表-2 買った花の主な使用目的（複数回答）

| | 全回答者 (n=242) | 男性 (n=61) | 女性 (n=181) | 生花店利用者 (n=434) |
|-----------|-----------------|--------------|---------------|-------------------|
| 自分や家族用 | 32.0% | 19.7% | 36.5% | 50.0% |
| パーティー、来客用 | 5.0 | 6.6 | 4.4 | 11.8 |
| プレゼント用 | 78.1 | 82.0 | 76.8 | 10.6 |
| その他 | 11.6 | 8.3 | 12.7 | 27.6 |

対象は15～20歳の高校生、大学1～2回生の男女。1991年実施。
比較の生花店利用者（成人）は1989年実施のデータ。

ゼント用（表-2）である若者は花に対する自然志向はさほど強くない。一般に若者の自然志向は強いのであるが、プレゼントの花を、自然のものとは見ていないからであると推測される。このことは、今後ふだん用の花により強く自然が求められるのに対して、プレゼントやパーティ用の花は自然や季節を無視した、つくりもめいた、ファンシイな雰囲気が求められるようになるというようないま求められている花の条件を見渡すと、現代の都市の置かれている

状況で、花の果たす役割への期待は社会的にも大きいことがわかる。それは花が自然からの使者であり、命を持つものが放つ精気が感じられるからだと考えられる。現在、一応、安価な花が出回り、多くの人がふだん楽しむための花を手にすることができるようになったが、すべての人が満足している訳ではない。花に対する好みは、男女、年齢、地域などによってかなり違うことがあることが調査からもわかつている。したがって供給側が「きれい」「珍しい」ばかりを追っていると、一部の人だけを対象とすることになり、園芸の花そのものの価値を低くしてしまうだろう。都市の花には、多様な好みに対応できることの間口の広さと、奥行きの深さが必要である。とくに環境問題の浮上にともなって、花をより自然なかたちで楽しみたいとする人は、今後ますます増えてくると考えられる。

そのとき、「北海道」というブランドは他地域に住む者、とくに都市の人間にとつては永遠の憧れである。産地名を前面に出し、末

端の消費者一人一人にも北海道産であることがわかるようにするのが望ましい。北海道の持つ「自然」「清潔」のイメージを強調した品目が有利であることはいうまでもない。ただし、立地や技術的な有利性は案外短期間に平準化され失われる可能性もある。最後に残ることはできるようになつたが、すべての人が満足している訳ではない。花に対する好みは、男女、年齢、地域などによってかなり違うことがあることが調査からもわかつている。したがって供給側が「きれい」「珍しい」ばかりを追っていると、一部の人だけを対象とすることになり、園芸の花そのものの価値を低くしてしまうだろう。そのためにも、「これまで見えてこなかつた両者の交流が、どうしても必要であることを強調しておきたい。遠く離れていても各種のメディアを利用するなど、方法はいくらでもある。生産者がどのようなところで、どのような思いで花を作っているかが消費者に伝われば、その花や、生産者に親しみを感じ、次に買うときもその産地の花を買いたいと思うだろう。また生産者も、消費者がどのような気持ちで、自分たちが作った花を手にし、どのような楽しみ方をするのかを知れば、本当に求められている花がわかつてくるのではないだろうか。

花き消費の前線から産地に 何を望むか

最近の花にまつわる話題から考えていきたいと思います。

スズキフロリスト

代表取締役 鈴木 昭

男が花を買う日

三月十四日（ホワイトデー）

この日は一ヶ月前の二月十四日のバレンタインデーのお返しのプレゼントを男性から女性にする日であることは御承知と思います。女性の最もよろこぶものは宝石と花といいますが、宝石は本命におくるものであって、お返しといふことであれば「花」ということになります。したがってこの日は、花店は男性で埋まり、普段とは違つた雰囲気となります。男性が花店に入るのはテレ臭いとか、花のことは全然わからないといわれたのは昔の話で、現代版のミッジ君やアッキー君は上手に花を買うようになつてきています。

春の花のシーズン

春の訪れと共に、卒業、転勤、入学、入社など、人の動きが活発になります。この機会に贈る花束が近年特にふえています。三月中ともなると卒業式の花束で、花

店は小さい花束づくりに追われます。特に沖縄県はこの卒業花束の先進県で、高校、中学は勿論、小学生まで過熱して、学校から抑制の指示が出たこともあるといいます。但故、沖縄にこの習慣が生まれたかを考えますと、駐留米軍の影響ではないかと考えられます。私の店のことで恐縮ですが、一年中で花が一番卖れるのは三月三十日で、これは会社関係の送迎用によるものです。

従来、花の売れる日は、年末、お盆、お彼岸、そして新しくは「母の日」となつていきましたが、現在は三月が一番忙しい時期になります。このように花の使われかたが十一年、二十年前と著しく変わってきていることに注目したいと思います。

ディスカウントの店

価格破壊ということはどここの業界でもおこりつつある現象ですが、花の販売でも廉売店が話題を呼んでいます。

従来価格の一分の一、三分の一、

時には五分の一で売る店が現れた。これは郊外の街道沿いまたは駅などで、市場から仕入れたものをそのまま、箱または束の状態で一割ないし二割の手数料をかけて売り、その日のうちに完売する方法で最も安く売っている。しかしこの商

法は、市場価格が低迷しているとき、または安定低額供給ができるものはよいが、品揃えは不安定で、価格もバラツキが出てくる可能性があります。

もうひとつのタイプはスーパー

が予想されますが、「コストの問題、管理の問題などが残ります。前述のように消費者の心理が、**情報発信の必要性**

てきています。そのような認識の上で花を作っていたら、と思います。そして各地で新しい産地、伝統ある産地が競い合っている訳ですから、正確・迅速な情報を販売向けに発信して欲しいのです。私が仕入れをしている大田市場を例にとりますと、一日一万口以上の荷が入荷するわけで、その中で、特色を出して正しい評価を受けるためには、前もっての情報に俟つかはないのです。

販売戦略の確立

情報化と同時に一番大切なことは、どの部分にターゲットを絞るかという問題でしょう。

これには産地の持つ



組合せまたは単品で花束をつくり、花束工場で加工して、一束三百円から五百円くらいの

大きく変ることによって、花の使われ方の幅が広がってきたと言えます。そして各種の品種改良や、新作物の導入などによって、年間千種を越す新品種が登場するといわれますが、花を遠く範囲も広がっているところもあり、伸びること

(3) 資金、組織等の総合力を含めて産地の性格を明確にして、新しく変りつつある花市場に、どのようにアピールするかが問題となるでしょう。

(2) 技術力の問題

(1) 地域の問題

情報化と同時に一番大切なことは、どの部分にターゲットを絞るかという問題でしょう。

これには産地の持つ

花の新しい販売方式にチャレンジする

株式会社 アイムコーポレイション

代表取締役社長 伊藤 瞳

瞳

伊藤 瞳（いとう ひとみ）さん

1940年茨城県生まれ。YMCA学院教養部本科・秘書養成部本科卒業。

1989年（平成元年）に㈱アイムコーポレイション（資本金・3,000万円）設立。ゼントクレングループ=㈱ゼントクレン、近代有機農業研究会、㈱アイム・コーポレイション=の3組織を主宰し、幅広い事業活動を展開。



どんな場所で、花消費は拡大されるのか

得のいかない花は産地で捨てる」「花屋も売れない花は捨てる」と言つたことが、当たり前の「ことのようにされてきました。ギフトや業務用ではなく、ホームユースであれば、立派に花の役目を果たすものを……。なんとかそんな花たちを、捨てないで、有効に楽しめる方法はないものだろうか――。すなわち、それが私達が考えた

ホームユースの花リカジュアルフラワーであります。消費が拡大されることには、花産業は伸びるはずがありません。

『文化=花と言われながら、我が国のはなぜ遅れてしまつたのか』
『なぜ、欧米のように花が自然な形で家庭に入り、自然に家庭に溶け込むことができないのだろうか』
『こんなことを毎日考え、町の花屋で買った高い花を部屋に飾りながら、不満を持ちつづけていました。そんな折り、大阪で「花の万博」が催され、日本中が花・花・花ブー

ます立地条件です。今までのよう

ガラス戸を閉め、待ちの体制では絶対に花は売れない。それには、

日本における花産業はなぜ遅れたのか

『文化=花と言われながら、我が国のはなぜ遅れてしまつたのか』

ムになつてきました。しかしながら、一向に生産・流通・消費は変わらぬ気配がない。このままでは、

単なるブームだけで終わってしまうのではないか。そこで自分が花業界に取り組みをかけ、流通改革をしてみようと決心し、平成元年九月に株式会社アイムコーポレーションを設立しました。

それまでの花業界は、「高級な花を生産し、いかに付加価値をつけて高く売るか」「花は花屋で売るもの・買うもの」「生産者が納

まず、人が大勢集まるところ、特に女性が大勢集まるところ——すなわち、「これから花屋はスーパーでしかない」と思いました。それから一年間は、先行投資をしながらスーパーの店先を借り、催事（お正月・お彼岸など）だけ、アルバイトを五十人程度雇い、花売りをし

てみました。その中で、私達は、「スーパーで花が売れる」「花はスーパーで花が売れる」という感応にはあったものの、毎日花を売ることは、どうしたら良いのか、ノウハウがまったくありませんでした。

最初のスタートは「スーパー、六十七店舗で、一本百円売り

▲インショップ東門前店の売場

◀「いづみや」での店頭販売



品揃えの徹底とボリューム感

当初、洋花はスーパーでは売れないといつ決めていたバイヤーが多く、どこのスーパーにおいても和花七・洋花三という割合でした。しかし、スーパーの花売場を花屋

を中心に行うように挑戦してみました。約十カ月程試してみましたが、やはり頭折れや摩擦による口が多いことが判り、その後に現在のラップ花に移行しました。

スーパーでこそ売れる」という感觸を大いに受けました。

スーパーでの売価設定について

ラップ方式は、一本二百円、三・四本三百九十九円、四・五本五百円のプライスゾーンで、ロスも少なくなり、消費者もラップに入っているため買いややすく、また、持ち帰り易いということで、消費者の価値観とも一致し、現在でも、この方式と設定売価が定着しています。

らしくするためには、洋花の比率を高くしなければならないと思い、洋花の売り込みを積極的にした結果、今では和花三・洋花七という割合に逆転することができました。洋花の比率が高くなり、売れ行きも好調になつたものの、今度は、洋花の品揃えに苦労しました。当時、一本百円売価が基本の為に、その値頃感で大量に仕入れられる洋花がなかつたからです。そのため、なんとか手を打つべく、予約相対という制度を使い、市場・産地と直接話し合い、カジュアルフラワーの意味を理解しても

らうために奔走しました。

その結果、今では、スフレーカー、ネーション、トルコギキョウ、バラ、スカシユリ、アルストロメリア、カスミソウ、ガーベラなどはもちろん、高級花とされていたカサブランカやルレーブ、グロリオサなども、値頃感でスーパーの花売場で扱えるようになりました。

また、ボリューム感を出すために、カスミソウや葉物を添えるなどの工夫も凝らしました。

そうして、今までの和花の客層とは違った、新しい洋花の客層を

広げることにより、全体の売上が倍増しました。

コスト意識と経営能力がこれからのポイント

低マージン、低コスト……で時代に生き残って行けるのか……。

それには社員全員がコスト計算、すなわち原価率・ロス率・利益率



▲新所沢スーパークリアバン



農水省も「カジュアルフラワー」の推奨に取り組みはじめた現在。



▲茨城県阿見のスーパー花売場

「カジュアルフラワー」に

扱い、品揃えができなければ、ます難しいと思います。特に中途半端はダメです。これからは、ソフトの部門を強化し、トータル的に見ることのできる経営能力を磨いていかなければならぬと実感しています。

これから花の消費をいかに増やすか、また、需要の掘り起こしをいかにするか、仕入についても产地との提携を更に深めていく、生産から流通・小売まで一貫した流れで結び、より、安定的な、生産・供給体制が可能なインテグレーションの構築によるカジュアルフラワーの普及が、私達の最終的な目標であります。

まだまだ遅れている花産業において、多難な道程が多いと思いますが、積極さと責任感を持ち、花業界に貢献することが、私に課せられた社会的責務だと思います。

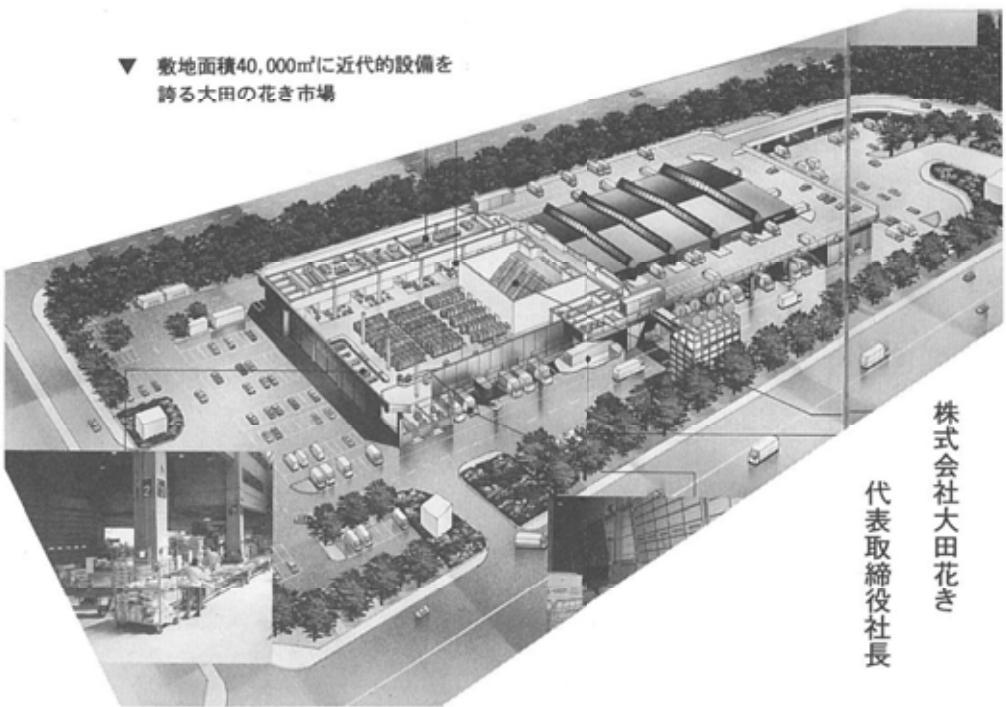
花き卸売市場はどのように変革するか

株式会社大田花き

代表取締役社長 磯 村 信 夫

はじめに

▼ 敷地面積40,000m²に近代的設備を誇る大田の花き市場



今年の三月下旬、千葉県の幕張メッセで社団法人家庭園芸普及協会が主催する「フラワー＆ガーデン・ショー」が開催されました。お陰様で年々入場者数も増え、一般市民の花と緑に対する関心の深さに、今年も感激しました。

そして、今年はちょうど同じ週同じ幕張で「スーパー・マーケット・ショーア」が開かれており、スーパーでの花売り場の提案がなされたのです。

私は時代の変化、新しい時代を

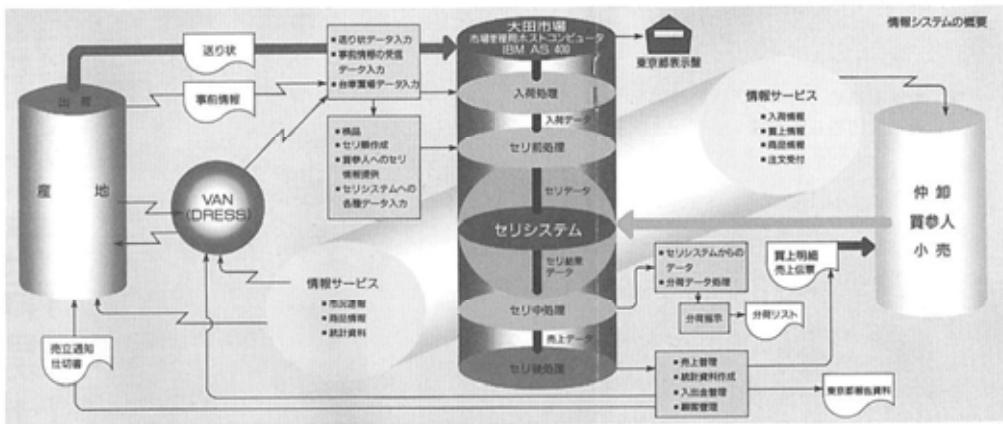
確認しました。いつも見慣れた、メインステージには、花き小売業界の主役である花店のドラマが演じられています。ここは誰もが知っている舞台です。その隣で、幕が引かれて演じられるようとしている舞台が、量販店の中での花売り場の劇です。ここには有名な役者はまだ数人しかいませんが、何か新しい、エネルギッシュな雰囲気が伝わってきます。

北海道の生産者の皆様とともに、私も、どこの舞台がもっとも観客数が多いか、演じられる劇の質は高いかななど、一諸に見てみましょ



▲ 大田花きセリステージ

▼ クオリティ・アップ、コスト・ダウンを実現したネットワークシステム



▲ 事前情報をデータ入力、セリに備える

小売りの立場から、有識者のメッセージが掲載されていますが、重複を避けて恐れず私なりに小売業界の分析と見通しから始めてみます。

変化が変化を呼ぶ

近づけつつあります。

その内訳は、花き小売店で約六七〇〇億円、リース・レンタル業（貸鉢など）六六〇億円、ホームセンター・量販店・生協など八五〇億円、そして残りは、百貨店ほ
かです。

のがレンタル・リース業と百貨店で、いずれも前年比九〇パーセント台。前年並みが花き小売業。や良いがホームセンター。元気なのが、生協と量販店です。

しかし、伸び率にはかなり目が離され、全体像を見失つてはなりません。規模、行われているサービスの質、花そのものの品質、価格などを総合的に吟味する必要があります。

結論を急ぎますと、小売店を中心の舞台は、現時点で秀でています。しかし欠点は、自画自賛で必ずしも観客の支持を得ていません。個性はあるものの、大物が少ないことなどです。

量販店の舞台を見ると、何か雑
で、お客様も鑑賞眼のない人が
多そうだけれど、どこが明るさが

感じられます。

花き小売りのマーケットは、それぞれの劇場が互いに競い合い、より販売効率を高めて行く」とでしょう。本年は昨年並の総販売額ですが、九十五年から今世紀中は五七パーセント毎年伸びて行きます。

生産量が多少（五七パーセン

磯村 信夫（いそむら のぶお）さん

1950年東京都生まれ。72年成城大学経済学部経営学科卒業。同年京都生花市場入社。73年新日本園芸株式会社（現、株式会社大森園芸市場）に転職し、75年同社専務取締役。89年株式会社大田花き専務取締役。94年2月に同社の代表取締役社長となり、業界の若きリーダーとして活躍中。



株大田花きの販売実績と販売目標

単位 上段：数量=千本（個） 下段：金額=百万円

| | 93年度実績 | (前年比) | 94年度目標 | (前年比) |
|-------|--------------|-------|---------|-------|
| 第1事業部 | (数量) 72,462 | (114) | 82,617 | (114) |
| | (金額) 6,082 | (112) | 5,862 | (113) |
| 第2事業部 | (数量) 88,902 | (96) | 101,383 | (114) |
| | (金額) 5,868 | (80) | 5,697 | (114) |
| 第3事業部 | (数量) 110,541 | (113) | 129,922 | (118) |
| | (金額) 6,531 | (114) | 7,458 | (114) |
| 第4事業部 | (数量) 4,911 | (116) | 6,712 | (137) |
| | (金額) 1,824 | (110) | 2,154 | (118) |
| 計 | (数量) 276,816 | | 320,624 | (116) |
| | (金額) 20,305 | | 23,171 | (114) |

今までお話ししてきた変化が、花き需要に起つてきました。花き市場は、流通業者としての対応に迫られています。読者諸兄の中には、「大田」が変化のキッカケになつたように、お感じの方がいらっしゃるかも知れませんが、それは違います。

大田をして、日本国民の花と緑に対する要望が花き市場を、それ以前のものと違つたものにしたのです。

ト）増えても充分吸収されて行きますが、質的変化を見逃してはいけません。

①一定規格、多量少品目少品種の産地が、効率よくお金を手にするようになる点。

②情報、すなわち出荷予告が、

早ければ早いほど、また正確な産地ほど珍重され、今から花き生産を始めても、「二、三年の内」「三億、今世紀中に十億円産地となる」とは、決して夢ではない点です。

マーケットの変化 が花き市場の変化 を促す

ちょうど花博がそうであったようにです。

今後、花き市場は、整理統合を繰り返し、①広域消費地市場としての市場と、②地域の皆さんとの二つの満たす、消費地市場の、一つの市場に性格付けられて行きます。

おわりに

今の時代の価値観は、cool「rowing」（共に生長する）です。よく、商売だからと人を裏切ったり、傷つけたりしても平気な人がいます。しかし、これは間違いです。商売上の付き合いも、家族の付き合いも、友人の付き合いも、所詮、人間同士の付き合いですから。変化の激しい時代ほど、価値観が共有可能な仲間を選んで、北海道の产地が、大きく羽ばたくことを祈ります。

合掌。

花き生産体制の整備に取り組む



当麻農業協同組合

花卉課長 金森悦雄

北海道の恵まれた大自然の中から、命ある美しい一輪の花が生まれる。それは花き生産者が、毎日毎日土をふみしめ、汗と埃にまみれ一本一本に愛情と丹精をこめて作りあげた芸術品である。

一枚一枚の花びらの美しさ、花のもつ色彩や香りを、フラワーアーティストの人達の手によって消費の啓発を図り、花き生産の拡大と花き業界の発展に寄与されているのである。

しかし現在、花を取り巻く生産から消費の状況は、時代の流れと共に、単に“作る、売る”的考え方から大きな転換期をむかえている。

花の高品質生産および安定継続出荷によって、生産者の健全経営を守るために、現在進められている花き市場の整備、あるいは消費者志向の変化にどのように対応するかなど、花生産は大きな課題を抱えていると言えよう。

北海道の花づくりは、自然の気象条件の中での、ボリューム、日持ちなど、それぞれの評価を得てき

たと言えよう。

しかし、この広大な北海道については、土の条件、気象の条件など自然環境の違いは大きいものがある。どの地域でもカスミソウがあり、トルコギキョウが適地であるとは考えにくい。

それに加えてこの二～三年の異常気象が示すように、自然条件だけを当てにしての栽培は品質の低下と消費者志向にそわない品物を作ってしまう。

花の産地として、位置づけられるためには、第一に生産者が儲かる農業、安定経営なくして成り立たない。

北海道は一部の地域を除くほとんどが「一回切り」の産地であり、約半年で生産される販売物が年間の収入源となり、暖地などの産地に比較すると非常にハンディがある。产地づくりと生産者の健全経営を守るために、今後暖地に見られる周年栽培に近づける考え方を基に、単位当たりの収益性をより高める対策が必要であり、品目、

品種に適した栽培環境を作ることが課題となろう。したがって、自然の条件に左右されない高品質生産、計画出荷、単位当たりの採花本数の増などを、基本とした経営が重要となる。

花き市場の整備大型化とともにない、产地の特徴とイメージを高め有利販売に連動するためには、多品目少量出荷か、品目の統一によって一品目当たりの生産量を増し、安定量出荷することにあると思う。同時にそれは、適地適作の品目を第一に考慮し、併せて消費動向の流れを汲み、花き产地として長期計画に立つた、特色ある品目の产地でなければならない。また高品質生産はもちろんあるが、この中に含まれる大きな課題に日持ちの問題がある。

日で見た品質の良さは、日持ちの良さとは必ずしも比例しない。土地条件、栽培環境、肥培管理などの違いによって当然日持ちも変わってくる。日持ちにバラツキがあつては、共販の意義が果たされない。

产地独自の栽培技術を模索しな

がら、マニュアルを作り平準化した生産物を作ることに取り組まな

い。咲いたものを売るだけではその価値も実とも知れない。全く無

知の状態から、先駆者の人達の並々ならぬ苦労のルーツが、今日の「当麻の花」にある。

時代の流れと共に生産から販売に至る体系は変化し、作付けする品目もその変動に追いついた。先輩諸氏から受け継がれた、貴重な花に対する財産は、多くの利益を生み産地形成に大きな力量となつた。だが古い伝統があるだけに、現在に至つては古いものを捨てる、新しい感覚への意識変革が必要であり、その課題も少なくない。そこで今後における花の产地としての役割を見極め、一つひとつ課題を探究し、問題解決に当たつて来た。

第一に土地の老朽化問題がある。連作障害を避けるべく輪作体系と土壤消毒はもちろんあるが、自給堆肥づくりを推進し堆肥盤の設置。サブソイラー、明きよ、暗きよ、深耕ロータリー、葉収集機などの機械設備は、機械銀行を中心



と言ふ意義から言って、定植して咲いたものを売るだけではその価値はない。

園芸とは、「考へて物をつくる」

すかである。

我が当麻町の花栽培の歴史は三十五年前にさかのぼる。

花とともに実とも知れない、全く無

とする援助により有効活用されている。花づくりに欠く事の出来ない「土づくり」対策には万全を期している。

第二に品目、品種に合った栽培環境づくりである。

以前の、雨よけ的な施設から大型施設に改良し、同時に暖房機、換気扇、電照、遮光、灌水設備の導入と改善に取り組んできた。このことによって天候に左右されない作型の調整、計画出荷、高品質生産をはじめ、需要に沿った栽培が出来る体制となつた。

カーネーションの周年栽培、施設の有効活用による前作、後作栽培、キクの二度切り栽培の技術体系もこの設備により出来た。

また、市場の大型化に伴う大量安定出荷販売と、生産コスト低減を図るべき対策として、現在まで付けられている五品目から、地域の中で適地適作を充分考慮した上で、キク、カーネーションの一品目に統一し、一品目当たりの出荷生産量の拡大と長期継続安定出荷体制を整えた。

さらにキクの苗については、菊部会が中心となり、共同育苗施設で、出荷計画に基づいた均一化した健苗の安定供給を図ると共に、苗代のコスト低減と生産品質の標準化に大きな役割を果たしている。

苗の生産は平成六年度で九十五万本に達し、当町生産本数の八十五%を占め、数年後には全量の計画生産を行う。

また、この施設に対する生産者の出役によって、相互の親睦が図られると共に、技術交換の場ともなり、組織強化の役割を充分果たすという大きな意義がある。

第三に品質。特に日持ちの課題

については、土地条件、土壌区分によって施肥設計と管理マニュアルを作成し、各品目が同じ栽培条件の中で作られることに特に重点をおき、肥料についても、土壌区別に商品名を提示し、使用法を義務付けしている。

そこから生まれる生産物の販売も、同条件ごとの市場配荷を行い、品揃いの統一した販売に努力して鮮度の問題がある。

平成5年度 当麻農協花き品目別出荷実績

平成6年2月28日現在 () 内は平成4年度

| 品 目 | 出 荷 本 数 (本) | 販 売 金 額 (円) | 単 価 (円) |
|---------|--------------------------|------------------------------|--------------|
| キ ク | 2,631,170 (2,598,000) | 183,933,155 (165,910,000) | 69 (64) |
| カーネーション | 3,064,760 (2,993,000) | 204,412,518 (154,236,000) | 66 (52) |
| カスミソウ | 427,090 (385,000) | 62,759,673 (45,178,000) | 146 (118) |
| スター チス | 239,410 (209,000) | 8,644,992 (6,283,000) | 35 (30) |
| バ ラ | 323,956 | 44,824,286 | 138 |
| そ の 他 | 318,840 | 12,067,671 | |
| 代 金 経 由 | | 41,091,026 | |
| 合 计 | 7,005,226 (6,444,000) | 557,733,321 (451,264,000) | |
| 前 年 比 | 108.7% | 123.6% | |

いる。

この結果以前にあつたさまざまな問題も解消され、栽培指導のことで事後処理が明確に出来るようになつた。また月二回生産者の出荷品に対して日持ち試験調査を行い、日持ちの悪い物に対する原因究明を実施し改善を図っている。

北海道にとって、長距離輸送は避けられない大きな問題でもあり、輸送コストが高いこと、併せて鮮度保持対策が重要な課題となる。このことを解決しない限り、生産者に高度な技術を要求しても、有利販売の条件は解決されない。我が町は、多くのデーターの蓄積により、今年から真空予冷施設を導入し品目に合った処理を行い



▲ ハウス内のキク（精雲）の生産状況
定植後70日目、94年4月



▲ キク苗共同育苗施設での苗づくり状況

以上、いま我が町の花生産にあたって取り組んできた課題と対策について一例を記させていただきたい。鮮度保持のために、従来の輸送体系の改善を図り、輸送コストの低減と、有利販売に向けて新たな出発をする。

調したいことは、"生産者の安定経営なくして産地化はあり得ない"。このことは私の頭から離れない。

当麻農協の販売取扱高実績推移

単位：百万円 () 内数は構成比率

| | 総販売額 | 米 | 野菜 | 花き |
|-------|-------|--------------|------------|------------|
| 平成2年度 | 4,637 | 2,974 (57.7) | 812 (17.5) | 486 (10.5) |
| 平成3年度 | 4,686 | 2,366 (50.5) | 927 (19.8) | 538 (11.5) |
| 平成4年度 | 4,544 | 2,816 (52.0) | 812 (17.9) | 451 (10.0) |

前段何度も記したが、さらに強調したいことは、"生産者の安定経営なくして産地化はあり得ない"。このことは私の頭から離れない。

それは生産者の苦労と努力が、身を切られる思いで伝わってくるからである。まだ積雪深い時期から、肉体労働と接し、時には花輪一輪に繊細な神経を費やし、朝早くから夜遅くまで毎日欠かすことの出来ない管理作業が続き、ようやく完成した生産物が、需給環境が不安定な、相場の中で「生活を守ること」の難しさに遭遇する。一人として胸が痛む思いである。

それだけに花産業にたずさわる多くの方々に生産者の惜しみない努力に深い理解をいただきたい。

「花き生産者が、自信と意欲をもつて生産に集中出来る農業でありたい。」

生産者と農協の役割分担を明確にし、それぞれの機能を果たすことが期待される産地になるための最大公約数である。

前段何度も記したが、さらに強調したいことは、"生産者の安定経営なくして産地化はあり得ない"。このことは私の頭から離れない。

それは生産者の苦労と努力が、身を切られる思いで伝わってくるからである。まだ積雪深い時期から、肉体労働と接し、時には花輪一輪に繊細な神経を費やし、朝早くから夜遅くまで毎日欠かすことの出来ない管理作業が続き、ようやく完成した生産物が、需給環境が不安定な、相場の中で「生活を守ること」の難しさに遭遇する。一人として胸が痛む思いである。

花産業は、今後いくつかの弊害があるとしても、需要の拡大と共に大きく発展するであろう。今、北海道は、"花の産地"として大きな期待が寄せられ、その可能性は極めて高い。

産地間競争の荒波に耐え、花産地として生き残るには、この北海道の大自然を生かした環境に工夫を施し、一地域にとどまらず、広く「北海道の花」としての位置付けを、構築していくことが大切である。そのために、道内花き生産者の意思統一と、関係機関の協力によって達成されることを期待するものである。



金森 悅雄（かなもり
えつお）さん

昭和18年生まれ
旭川農業高等学校卒業のち農業を自営する（水稻、花き経営）。昭和54年当麻農協に入組し、現在に至る。

ホクレンのフラワービジョン

II 全道共販を目指して II

ホクレン農業協同組合連合会

花き特産課長

富山保夫

北海道の花が抱える課題

北海道の花は、近年急激に伸び、評価や期待も大きいが、また、課題も実際に大きいと言える。前者については、夏秋季における品質評価であり、今後の生産拡大への期待もある。しかし、後者の課題が大きな問題点である。それは、少量不安定供給の面である。

北海道の花きの多くが、転作作物として振興してきただけに、百市町村をまたぐ小ロット分散の产地であると言える。また、日々の分荷についても前日の高値市況

(市場)を追うことが、結果として安値追いの不安定供給となつて、耳が痛いものである。北海道の品物はオーバーにいうと、当日荷受場に行かない、品物が来ているかどうか分からないとまで言わられる。このように、今、北海道に課せられている第一の課題は、大量かつ安定供給体制の構築である。

第二には、生産拡大を図り夏秋季の花としての位置づけを高めることである。市場からは品質面か

らその期待は大きい。北海道の花き生産は毎年伸びているものの、東北各県の生産拡大のビッチより低い。近年は福島県、山形県、岩手県、青森県など東北地方の花き生産が急激に伸び、また、その生産地域も集約的に作付けされており、業界の視点も北海道から東北へ移行しつつあるのではないだろうか。

北海道の農業も自由化に直面し、課せられている第一の課題は、大規模低コスト生産農業と、小規模高収益農業への二極化と、複合化の模相にあるが、花き生産は今後も拡大していくものと思われる。しかし、業界から視線が注が

れ、期待のあるこの時期に、いかに北海道の花き生産を伸ばせられるかが、第一の課題である。

第三には、市場の統廃合による、いわゆる大型化市場への対応である。東京の市場も以前は四十数市場あつたが、近い将来六市場に集約され、また、大阪も二十数市場あつたが本年七月には、三市場で大半を占める状態となる。このようにも市場の大型化が進むと、産地としても、ロットの大型化と品質の平準化の対応を図らなければ、有利販売は難しくなつてくる。

それは、市場も今まででは、例え十億円の市場であつたものが統合して、百億円の市場になると「仕入れの効率化」(大きく安定したロットを持つていて産地の確保)なり、「セリの効率化」(同じセリ時間内で十倍の花をセリ落とす)を、國らなければならぬのは、自明の理である。

これから北海道の花は、共選の普及であり、最も重要なことは全道共販による、大量安定供給体制である。この全道共販を強化し、品質の平準化を行うものとして

『全道統一規格』を設定し、推進する」とが第三の課題である。先の二点の課題にホクレンがどう



ホクレンが花きの取扱いを開始したのは、昭和六十三年からで、ようやく六年が経過した。平成五

ホクレンの花き事業の取り組み

取り組むかを述べる前に、若干ホクレンの花き事業に触れてみたい。

年産の取扱実績（切り花）は三十五億円で、四年産が二十三億円であつたから、伸長率は百五十%と拡大し、全道共販（ホクレン）のシェアも四十%弱までになった。これは、新たに全道共販に参加していただいた各産地の共販への理解の現れである。

ホクレンとしても本年取扱い七年目を迎えるが、平成六年を花き事業拡充の“元年”と位置づけ、精力的に取り組んでいく考えにある。紙面の都合上、従来までの事業は割愛するが、平成六年を花きとして新たに取り組むものを、項目のみ列挙してみる。

第一に、本年四月より直接販売体制へ移行した。道外については、東京支店以外は全農経由であったが、東京、大阪に花き専任職員を配置し、全国的に本会完結の販売体制へ移行する。集荷支所職員に

ついても、研修制度を創設し、市場実習等を行っている。

第二に、これもまた、本年四月から園芸事業総合（花き）システムが稼働し、各種データ（情報）の管理、提供が可能となり販売面の強化も図られる。

第三に「全道花き取扱対策会議」の設置である。これは、本年六月よりスタートの予定であるが、全道的な課題の抽出と対応策協議の場として、牽引的な役割を果たしていく。

第四に、関西にも「ホクレン花き研究会」を本年設置し、関東と共に市場との連携強化を図っていく。

第五に、量販店などへの契約取りの取扱いである。第六にホクレンの花きを全道集約的に販売することにより、大量・安定供給を図ることである。そのことにより、市場から信頼され、期待される産地

等々であるが、”元年”としてのホクレンの重点的取り組みは、先の課題への対応であり、各々展開方策を次の一通り取り進めていく。

ホクレン花き取扱推移（切り花） 単位：億円

| 年産 | 63 | 元 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 全道 | 35 | 46 | 62 | 85 | 83 | 95 |
| ホクレン | 5 | 9 | 15 | 23 | 23 | 35 |
| シェア | 14% | 20% | 24% | 27% | 28% | 37% |

| 5年産 | |
|-----|-----|
| 道内 | 道外 |
| 49 | 46 |
| 12 | 23 |
| 24% | 50% |

ンオリジナル花ゆり「白妙」も本年秋から少しすつ、球根供給ができる。ある。

として、発言力をつけ、有利販売を実現することである。全道の花きが、集約されることにより、一つの産地では難しい時

期別の安定供給も可能となり、か

つ、道産品同士でつぶし合うことも未然に防ぐことができる。

具体的には、花きについても青果物で実施しているような週間出荷計画（ホクレン支所が各農協から来週の出荷計画を徴する）と、週間販売計画（ホクレン支店が各市場から来週の買受け希望を徴する）により、ホクレンが販売調整（ホクレンが分荷権を持つ）を行い、有利販売を行うものである。もちろん、府県産の動向、市場の販売力、道産の未経由品の動向などを、逐一踏まえながら、販売の対処をしていくこととなる。

しかし、現況は残念ながら先に述べた、共販の手法を取り得ているわけではないので、本年を基点として段階的にその方向で展開していく考え方である。本年から「直販体制」「システム化」「対策会議の設置」など、その土俵は少しずつ整備されてきている。ホクレンとしては、この共販手法を年次的に段階的に次のとおり進めていきたいと考えている。

まず、平成六年は各農協の分荷対応の強化に加え、①産地別の運

別形態別分荷権の実態調査、
②市場の販売力ならびに道産品取扱実績と需要調査などをを行い、実質的な全道共販移行への体制整備の年としたいと考えている。

ホクレンの花き事業と今後の取り組み（めざす姿）

〔今後の重点取り組み事項（H 6～9年）〕

1. 大ロット安定供給体制と市場別産地別分荷調整による需要の安定と有利販売を図る。
2. 「花き」についても青果物で実施している支所の「週間出荷計画」と支店の「週間販売計画」による販売調整を本・支所・支店一体となって取組む。（本会が分荷権を持つ形態）
3. 段階的全道共販への取組み

| | | | | | |
|------------------|---|----------------------------|---|----------------------------|-------------|
| H 6 年 度 | ◎個別農協の分荷対応 ◎産地の販売権等の実態調査 ◎市場の道産品等の販売力調査 | H 7 ～ 8 年 度 | ◎品目別全道共販（本会分荷）の実施 ○カーネーション ○カスミソウ ○スターチス | H 9 年 度 以 降 | ◎全品目全道共販の実施 |
|------------------|---|----------------------------|---|----------------------------|-------------|

1. 全道共販強化の一環として「ホクレン全道統一規格」を設定し、品質の高位平準化と差別化により有利販売を進める。
2. ダンボールに（●）マークと H・S 規格認定マークを表示し、市場へのPR・販売強化を図る。
3. 品目別規格（サイズ・花姿・切前）入本数の統一、ダンボール規格の集約化を図る。
4. 規格マニュアル（パンフレット）の作成と市場へのPR活動を行う。
5. 規格検討委員会の設置と全道花き取扱対策会議での決定
6. H 6年～8年の3ヵ年事業とする。
H 6年はカスミソウ、カーネーション、HB スターチスの3品目を検討する

1. 市場の要請と効率農業経営の観点から花きの生産拡大を提案する。
2. 市場の「道産花き需要調査」（将来予測を含め期待値）と産地の「花き生産拡大意向調査」に基づいた推進を行う。
3. 各農協の営農方針に組み入れた花き生産への提案（誘導）を推進する。
4. 玉ねぎ・ビート・水稲の育苗ハウス、メロン栽培ハウスの後作未利用ハウスの有効活用による生産拡大（霜地栽培も含む）への提案（講習会）を推進する。
5. 収益性、労働力の面から提案、未利用ハウスの作型、土壤成分、加温有無等別の提案を推進する。
6. 市場、種苗会社とタイアップした産地育成を図る。
7. 「1・1運動」の展開。1農協1億円→1品目1億円→1市場1億円 目標の推進。

〔めざす姿〕

道産品同士でのつぶし合いの無い体制

大ロット・安定供給体制（販売調整）

信頼され、期待される産地

有利販売と花き経営の充実

拡大再生産（産地化、団地化）全国の中核産地

ある。以上のような取り進めを計画しているが、共販力を高めるために、少しでも早く全道の産地が

参加されることが期待して

ホクレン全道統一規格の設定

以前より、市場から北海道の花は産地によって規格がまちまちで販売がしにくいため、規格の統一を求められていた。また、同一規格でのサイズ不統一是、「入目」競争的で真の産地間（品質）競争とは言えず、産地にとつても決して得策とは言えない。例えば、七とは七十・七十九センチでは画一的な規格とは言えず、七とは七十七センチというようにきめる（表示も七十センチ）ことが重要となる。昨今の市場大型化への対応に加え、全道共販力強化の一環としても、規格の統一は焦眉の課題である。ホクレンとしては「ホクレン全道統一規格」を設定し、品質の高位平準化と差別化により有利販売を推進していく考えである。内容は、品目別の規格設定（サ

イズ・花姿・切前）、規格別のダンボール規格（入本数の統一、ダンボール規格（サイズ・材質）の集約を図りたいと考える。具体的には、規格検討委員会を設置し、市場の要望、生産者組織などの意見を調整し「流通にかなう規格」を策定し、最終的には「全道花き取扱対策会議」で決定する運びで考えている。

さらに、規格マニュアル（パンフレット）を作成し、産地への徹底と市場へのPR活動を行う。また、ダンボールに、（H・S）規格認定マークを表示し、PRと販売強化を図る。

本事業は、平成六年から八年の三ヵ年事業とし、平成六年はカスマソウ、カーネーション、HBS

ターチスの三品目を検討する計画である。現在、全道各産地の規格、また府県産地の規格をほぼ収集できた状況にあるが、生産、流通ともにメリットのある規格統一を全道花き関係者の総力を挙げて実現したいものである。

| |
|-------------------------|
| 債権保全（一括回収・実務合理化） |
| 販売代金代払制度（早期入金化） |
| 出荷奨励金の交付（東京、仙台等） |
| 生産（取扱）拡大への支援 |
| 契約取引（契約価格・再生産価格） |
| 情報提供の強化（直販・システム） |
| 輸送コストの低減（エアーカラーリー低温輸送へ） |

| |
|--------------------|
| ホクレンオリジナル「白妙」の販売展開 |
| ホクレン花き研究会（関東・関西） |
| 全道花き取扱対策会議 |

（販売のロット拡大）
（品質の高位平準化）

（規格統一での販売強化）
（生産のロット拡大）

（生産拡大への提案・推進）



花き市場風景



生産拡大への提案と推進



富山保夫（とみやま やすお）さん
1952年（昭和27年）生まれ。71年ホクレン入会。日本大学商学部（通信教育）卒。87年ホクレン自主流通部主食課 課長補佐。90年東京支店米麦課長。92年より現職を担当。

市場の要請を背景にした道産花きの需要増大と、北海道農業の効率的経営の観点から、花きの生産拡大を提案推進していく。現在、市場に対し将来予測を含めた期待値「道産花き需要調査」を実施している一方、産地に対しては三つ五年後の将来構想「花き生産拡大

意向調査」を実施している。この両調査を基に、流通に裏打ちされた産地育成を進めていく計画である。

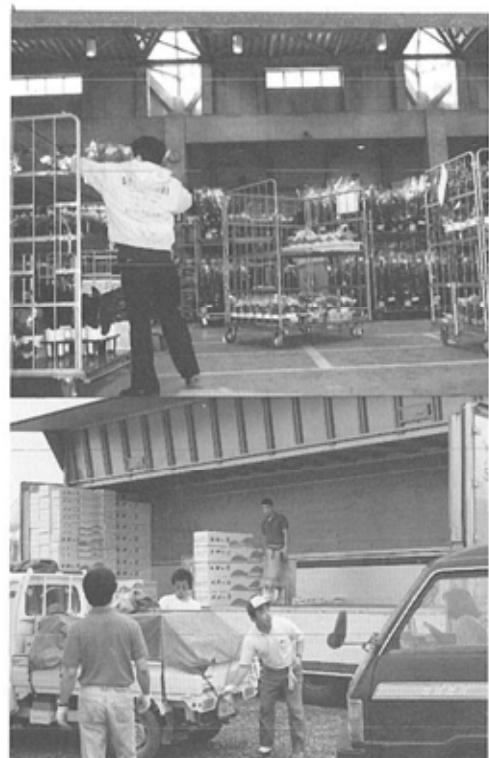
販売ロットの拡大は、全道共販で取り組めるが、各産地の生産ロットの拡大も重要な課題である。「一・一運動」と称して、一農協

花き生産組合がロットを拡大するために、一戸あたりの面積を拡大するのか、作付戸数を拡大するのか、さらに指導面、技術面、品目面などを総合的に検討し、農協の地域営農指針に組み入れた花き生産への誘導が重要である。

もちろん、中核農家による花きの專業的経営の普及はもとより、後作未利用ハウスを活用した複合経営での花きの生産拡大が、道内の各産地で実績を上げており、この普及推進を提案する計画である。具体的には、玉ねぎ、ピート、

水稻の育苗ハウス、メロン栽培ハウスの後作未利用ハウスの有効活用による生産拡大への提案である。当然、未利用ハウスの作型、土壤成分、加温有無など別に加えて、収益性、労働力の面などからも提案し推進していく。各地区、各産地での提案講習会を開催すべく検討しているが、いずれの場合であつても、地域での花き生産に対する合意形成と、農業改良普及所、花きリーダーなどの支援が重要である。

最後に、北海道の花き生産は将来に大きな可能性を持つている。ホクレンの花き事業は、前述の内容を重要展開方策として、積極的に推進していくので、北海道の花きの総力が早期に結集されることを切に期待したい。



今後の北海道の花き生産の課題と方向

北海道立上川農業試験場 上川専技室

主任専門技術員

川名淳二

北海道の花き生産の動向

北海道の花き生産は、水田転作

を契機にして稻作生産調整の強化

にともない急速に拡大してきた。

現在、北海道における農業生産に

占める花きの割合は、まだ一%程

度と小さい規模ではあるが、切り

花類を中心収益性の高い複合作

物として水田地帯を中心に定着し

ている。また、畑作野菜地帯へも

一部展開が見られており、全道百

二十市町村で切り花が導入され栽培地域はここ数年固定化の傾向を

見せて いる。

数年前までに比べ、最近の花き

栽培面積拡大と生産者増加は年間

伸び率五～十%と調和がとれてき

ており、転作緩和や不況による消

費の変化の中でも、生産意欲は旺

盛で産地内の生産拡大が堅実に進

んで いる。

これまで、寒地として夏の冷涼

な生産環境のメリットを生かし、

後発产地は先進地からの技術導入

のメリットを生かすこと、さらに

急成長の切り花品目

現在、北海道で生産されている

切り花品目は約百四十種類に及び、

色のバラエティなど含めると膨大

な品種数となり、多様な切り花の

生産が展開されている。この品目・

品種数は府県先進产地に比べ特別

らの一部は地元市場から要望される多様性であり、道内生産の五十七%が地場供給されている状況から多品目生産の産地も少なくない。

また一面、道内先進产地では積極的に消費ニーズを探る多様な展

開も行われている。道外市場に対

して北海道の特色を生かす種類や

出荷期について多様な要求や提案

発展を見てきたが、これから飛躍に對しては、生産立地環境のメリットにプラスするものが必要である。国内外との競合が激化していく生産情勢にもなってきている。

北海道の花き生産にとって、これまでの「高品質・高価格」という強引な生産・販売目標での展開が難しい状況を迎えた今日、消費・流通構造の変化に対応した生産の方向は、経営の収益安定性を重視した取り組み、遅れている個人の生産体制・産地の体制改善に向かっていくものと思われる。

北海道における

特色を生かした花き生産

としての取り組みもあり、新しいものを取り入れていく意欲は旺盛である。

北海道で大品目に成長した代表はカーネーション、宿根カスミソ

夏の冷涼さを生かした宿根カスミソウの夏秋期生産▲



ウ、スター・チス類である。いずれも梅雨のない乾燥した春夏季と、冷涼な夏秋季の気象環境を生かした特色ある生産と言える。これは需要・消費動向を捉えた選択である。

特に、カーネーションでは夏秋季品質の優位性が發揮でき、省力的なスプレー・タイプが選択され、スター・チス類では夏秋季の生産力が高く、省力的なハイブリッド・タイプが主力となっている。宿根カスミソウは高溫による生育抑制・障害が少なく、作期調整が比較的容易で水稻との組み合わせが良いという面があった。

これらはほとんど苗を購入しての生産であり、育苗を伴わなかつたことが、栽培を簡素化し新規導入における複合経営の中でも成果をもたらし、初期の急成長を促してきた要因の一つでもあった。また、種苗会社の積極的な苗供給による生産支援も大きく成長に貢献している。北海道における自家育苗は、品目によつても必ずしも効率的ではなく、今後とも育苗の分業体制による切り花生産は、伸びていくものと思われる。

北海道における、花き導入定着に、大きな役割を果たしたこの三大品目に続くものとして、トルコギキョウ、バラ、ユリ、アルストロメリア、デルフィニウムが近年急速に生産拡大されており、産地としての特色を発揮させる選択となつて、力強い産地の成長を促している。(表1)

トルコギキョウ、ユリ、デルフィニウムなどは季節分担産地として

り、栽培も比較的容易で初期の複合的生産に適合している。

表1 北海道における主要切り花生産状況(平4年)

| 品目 | 面積(a) | 本数(千本) | 生産額(千円) | 道外移出量(%) |
|-----------|--------|--------|-----------|----------|
| カーネーション | 5,525 | 26,546 | 1,572,796 | 52.3 |
| 宿根カスミソウ | 10,725 | 6,888 | 1,142,188 | 72.3 |
| スター・チス類 | 5,817 | 9,033 | 791,823 | 60.6 |
| キク | 5,734 | 17,087 | 645,717 | 7.0 |
| トルコギキョウ | 3,120 | 7,129 | 596,659 | 49.6 |
| バラ | 1,673 | 5,483 | 529,753 | 9.6 |
| ユリ | 1,836 | 2,942 | 426,142 | 44.0 |
| アルストロメリア | 801 | 5,076 | 363,696 | 38.7 |
| デルフィニウム | 2,298 | 2,819 | 294,209 | 61.4 |
| ラースバー | 426 | 1,586 | 96,386 | 74.4 |
| サンダーソニア | 109 | 329 | 90,749 | 88.1 |
| キンギョソウ | 1,058 | 2,322 | 85,712 | 59.0 |
| フリージア | 270 | 1,845 | 85,515 | 64.8 |
| ストック | 605 | 1,641 | 85,501 | 16.8 |
| チューリップ | 358 | 1,117 | 80,307 | 12.5 |
| スイートピー | 96 | 1,343 | 74,403 | 4.4 |
| グラジオラス | 634 | 1,383 | 63,473 | 5.8 |
| コスモス | 859 | 2,190 | 61,230 | 85.3 |
| カーテンシャクヤク | 237 | 284 | 37,744 | 31.7 |
| | 716 | 606 | 37,186 | 79.0 |

(北海道農政部畑作園芸課調べ)

夏秋季の高品質生産に有利であり、多様な品種展開で伸びる余地は大きい。また、バラやアルストロメリアでは、寒冷積雪地帯でも耐雪型バラハウスの周年利用が定着している。施設設備など冬期の施設管理の技術は未熟ながらも、北道における夏秋季の高い生産性のメリットを引き出す周年利用経済効果が確認されており、着実な

伸びが期待されている。

鉢物・苗物生産

地場供給が主体であるが、シクラメン、ブリムラ、ベゴニアなどの鉢物、またパンジーの秋出し苗物は、夏の冷涼な環境を生かした

道産花きの今後の方向

北海道の花きは複合経営としての補完的導入で伸びてきたが、個々の生産が小規模であるため出荷時期、出荷量、品質が產地として不安定であることが多い。生産出荷量が高まってきたことによる責任供給產地としての「量と質」そして「計画出荷」という生産課題を行政においては「新北海道花き生産振興方針」を平成5年に作成し、今日の情勢を踏まえた総合的生産振興の方向づけ、推進方策を示している。

また、農協系統の本格的な総合花き生産支援も開始され、北海道の花き生産の組織強化、流通販売強化も図られてくるものと思われる。

る。

花き生産者の 経営体質強化と組織強化

生産体質のまだ弱い道内產地では、專業的または花きに經營の比重が高い生産者(リーダー)が產地内に増えている。そのためには、施設化を図り長期出荷体系に取り組める、投資意欲のある若い經營者の育成が課題である。また、經營補完的な小規模な花き導入の多い產地では、共選共販、共同育苗、共同施設・設備(集出荷場、予冷・保冷施設、機械)、作業の受委託などの產地システム、栽培技術のマニュアル化と指導体制など条件整備が必要であり、系

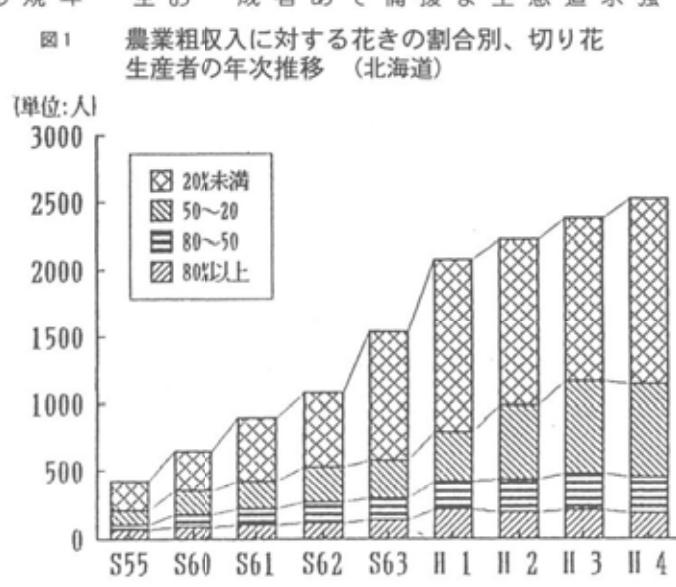
秋の仕上がりの早さに、特色があり、道外移出も増加している。秋冬期鉢苗物の早期出荷を低コスト生産できるメリットは大きいが、大きく生産を伸ばしていくには、低コスト品質保持輸送システムの確立が必要である。

統の組織力や
関係機関の強
力な支援が求
められる。道

内において急
速に伸びた主
要產地が、ま
さにその支援
システム整備

の一例事例で
あり、意欲あ
る若い生産者
育成支援の成
果でもある。

北海道における切り花生
産者の大半、特にこの十年
程の間に新規
に栽培を始めた人
たちが全体の八〇%を占めて
いる。花栽培六~七年的生産者
が最も多く、二十一~四十年代の活



動的な世代を中心である。(図1)
また、鉢物生産者は專業的經營
が多く、先進的に施設設備や技術
改善に取り組んでおり、企業的な
経営感覚も備えている。

このようない度な技術を持つた
担い手を、早期に育成するための
研修などのシステムを公的に整備
していくことも計画されているの
で期待される。

生産者の層の拡大に伴い、道内
にも優秀な人材がそろってきて
る。

この組織力や
関係機関の強
力な支援が求
められる。道
内において急
速に伸びた主
要產地が、ま
さにその支援
システム整備

周年施設利用により北海道の生産性の有利さが秋期に發揮された

▲アルストロメリア（新篠津）



道内で成長が期待される品目展開

①主要品目に続く切り花品目としてラーケンスバー、サンダーワン、ア、キンキヨンウ、フリージア、ストック、チューリップ、スイートピー、コスモス、ダイアンサスなどが比較的生産の多く伸びている品目である。

これらは好適作期の短い北海道においても、簡易施設の高度利用や花き二作または野菜との組み合

びているものも多い。単に施設利用上の導入ということだけではなく、秋期の旺盛な需要を狙った、高品質生産対応という品目展開のものもあり、需給動向に対応したなかでの低コスト生産によって一層の生産拡大に期待がもてる。

②オリジナルをめざした品目展開では、ブルーレースフラワー、ブブレウラム、ハイブリッドカラーナなど比較的新規な品目の他、北海道としての地域性や季節感を持つ品目も各地で検討されており既に特産化しているものもある。実物切枝のバラ（ローゼ・セティゲラ）やナナカマドをはじめ、ライラック、スマートクリー、ミナヅキ、ハイドランジア・アナベル、トリカブト、メコノフシス、スズラン、クロユリなど出荷実績がある。

これらのほかにも、道内では多品目の取り組みが展開されているが、まだ産地として品目模索的な取り組みも多く、取捨選択されながら産地内では品目は重点化されていく傾向にある。

花き生産体制と支援体制の強化

現状の多くは小規模複合経営と低コスト簡易施設による夏秋期生産であるため、作型が偏ったり気象変動の影響を受けやすく、出荷の集中を招いたりして、市況を混乱させる場面も少なからずみられる。不安定な生産出荷においては現状のセリ取引で納得せざるを得ない場面もある。しかし、経営の安定を目指すには、価格形成の安定化として、予約相対取引などを積極的に取り入れていく必要がある。契約にもとづく計画生産・計画出荷ができるような生産体制づくりとして、気象変動を軽減する施設設備化、栽培技術の向上、产地としての作付計画の調整機能強化が求められる。

また、個別生産における変動を緩和できる産地の大型化、長期間安定生産の大型経営の育成をめざしたい。北海道における周年施設化には品目等と経営設計に基づく判断が必要であり、当面は作期拡大を図る補助加温の設備率を高め

表2 北海道と福島県の切花輸送経費比較
(10aあたり、関東方面出荷)

| 切り花品目 | 地域 | 出荷量(本) | 輸送手段 | 運賃(円) | 一本運賃(円) |
|---------------------|-----|--------|--------|---------|---------|
| 宿根カスミソウ (新苗+越年株) | 北海道 | 17,280 | 航空輸送 | 377,140 | 21.8 |
| | 福島県 | 23,000 | 冷蔵トラック | 328,700 | 19.0 |
| トルコギキョウ (春まき秋切り) | 北海道 | 27,000 | 航空輸送 | 340,200 | 12.6 |
| | 福島県 | 35,000 | 冷蔵トラック | 189,000 | 7.0 |
| | | | | 186,200 | 5.3 |

た産地の生産体制の強化が望まれる。生産を支援する技術開発、技術課題解決を図る試験研究の充実や普及活動、技術研修システムが必要とされる。この拠点となる施設である北海道の「花き・野菜セン

ター」が、二年後に整備される計画が進んでいる。これらの戦略的な試験研究が期待される。

花き低コスト保鮮

輸送体制の整備と

「これから品質対策

これまで北海道の切り花生産では一度の危機を輸送技術・体制の構築で乗り切り、道外移出によって飛躍的な生産拡大を促してきた。最初は季節的に地場供給が過剰

傾向となりはじめた昭和五十四年には、札幌市や生産者組織の努力で航空輸送を確立し、道外市場開拓によって道内産地競合を回避してきた。

次に、航空貨物運賃の高騰、輸送量の制約が問題となってきた昭和六十三年平成元年に生産者組織・ホクレン、行政、試験研究の関係者一体となった取り組みで低温輸送(クールコンテナ、冷蔵トラック)方式を開発し、航空輸送と共に

完全な共選共販システムで大きく成長した、七飯町のカーネーション生産

せて道外移出の安定的輸送体制を確立し、直面していた危機を回避した。複数の輸送手段を確保することで輸送コストは安定化したものの、生産費における輸送の負担はまだ大きい。(表2、図2)まだこれからも輸送コスト低減に対し、出荷方法・形態、輸送手段など流通に係わる多くの面から検討していく努力が必要である。

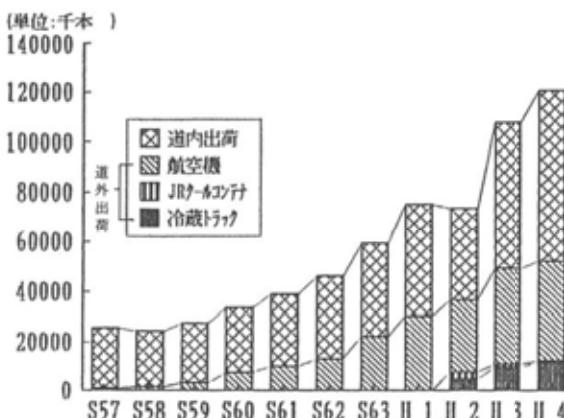
北海道では切り花の保鮮低温輸送をいち早く導入してきたが、これから求められる日持ちは性に係わる品質保証的な部分に取り組みた。ホームユースにおいて、夏秋期の日持ちは性の信頼を得ることは北海道の花きの良質性を示していく機会でもあり、この視点に立つ

た技術開発を進めたい。

大型流通に対応した取り組みの強化

花き流通が大型化していくなかで、輸送改善の他にも情報改善が産地として必要になっている。大消費地の的確な市場情報の入手不足は遠隔産地のハンディキャップであり、対応の鈍さになりかねない。また、市場に対する精度の高い迅速な産地情報提供は、販売促進のポイントになる。情報のシステム化に対する取り組みには、北海道としての販売の組織化が必要であり、これらは生産方向に対応した重要な課題もある。

図2 切り花の道内出荷量と輸送手段別道外出荷量(北海道)



川名 淳二さん
(かわな じゅんじ)

1952年釧路生まれ。1976年 東京農業大学農学科(蔬菜花き園芸学研究室)卒業。同年5月から留萌支庁中留萌地区農業改良普及所・農業改良普及員。83年空知支庁空知東部地区農業改良普及所・農業改良普及員。88年北海道立中央農業試験場・専門技術員。92年北海道立上川農業試験場・主任専門技術員として花き園芸の指導にあたる。

DATE あらかると

花

(No 1)

<全国>農業の中に占める花き農業の位置 単位:億円、千戸

| 区分 | 昭和50年 | 55年 | 60年 | 平成元年 | 3年 |
|-----------|--------|---------|---------|---------|---------|
| 農業粗生産額(A) | 89,791 | 102,293 | 115,543 | 109,583 | 111,866 |
| 花き粗生産額(B) | 1,378 | 3,012 | 4,145 | 5,027 | 5,883 |
| (B) / (A) | 1.5% | 2.9% | 3.6% | 4.6% | 5.3% |
| 農家数(C) | 4,953 | 4,661 | 4,229 | 4,194 | 3,789 |
| 花き農家数(D) | 162 | 139 | 142 | 148 | 148 |
| (D) / (C) | 3.1% | 3.3% | 3.4% | 3.5% | 4.0% |

資料:農林水産省「生産農業所得統計」「農林水産統計表」「花きの生産状況等調査」

(No 2)

花き(切り花類・鉢もの類)と他の農産物との粗生産額の伸び率比較<全国>

= (単位) 金額: 億円、伸び率指數
: 昭和60年を100とした対比% =

| | 昭和50年 | 55年 | 60年 | 平成元年 | 3年 |
|---------|--------|---------|---------|---------|---------|
| 農業粗生産額 | 89,791 | 102,293 | 115,544 | 109,583 | 111,866 |
| | 77.7 | 88.5 | 100.0 | 94.8 | 96.8 |
| 切り花、鉢物類 | 865 | 1,565 | 2,225 | 3,008 | 3,825 |
| | 38.9 | 70.3 | 100.0 | 135.2 | 171.9 |
| コメ | 34,006 | 29,486 | 37,446 | 31,305 | 29,189 |
| | 90.8 | 78.7 | 100.0 | 83.6 | 77.9 |
| 野菜 | 13,300 | 18,412 | 19,566 | 22,105 | 25,646 |
| | 68.0 | 94.1 | 100.0 | 113.0 | 131.1 |
| 果実 | 6,304 | 8,967 | 8,715 | 8,344 | 9,818 |
| | 72.3 | 102.9 | 100.0 | 95.7 | 112.7 |

資料:農林水産省「生産農業所得統計」「花きの生産状況等調査」

新聞 スクラップダイジェスト Part 1

(1994・5・18 日本農業新聞)

小耳

古い店は冒険で生き残る格好になるだろう。また、保守的な古い店は冒険で生き残る格好になる。販売方法の多様化も進める必要があるのでは、販売方法のみに終始せぬいか。需要があるのでは、販売方法が価格を安が増えているが、花店の数はさまざまなものにはさまざまな戦略による小売りが必要ではない。本當の需要拡大のためにはさまざまな戦略によれば、市場側もそのためにはさまざまな戦略による小売りが必要ではない。されることはならない。

鈴木静男(営業部次長)
(株)兩国生花市場・
方向だ。側に向けて「品+情報」という形で提供して行く必要性データを仕入れる。市場側もそのためにはさまざまな戦略による小売りが必要ではない。本當の需要拡大のためにはさまざまな戦略による小売りが必要ではない。されることはならない。

(No.3)

北海道切り花の移出量の推移 (単位:千本、%)

| 年 度 | 61 | 62 | 63 | 1 | 2 | 3 | 3/61 |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|-------|
| 在庫量(A) | 39,075 | 46,199 | 59,308 | 75,131 | 84,753 | 107,665 | 275.5 |
| 移出量(B) | 9,937 | 13,292 | 21,992 | 30,461 | 36,768 | 49,398 | 497.1 |
| B/A | 25.4 | 28.8 | 37.1 | 40.5 | 43.4 | 45.9 | |

資料:北海道農政部畑作園芸課調べ

▲北海道の花アレンジメント
(撮影者:川田穂一)

(No.4)

年間1世帯あたり切り花購入額(全国)

単位:円

| | S50 | S55 | S60 | H1 | H2 | H3 | H4 |
|-----|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|
| 購入額 | 4,158 | 6,289 | 7,952 | 9,765 | 10,788 | 12,062 | 12,062 |
| 指 数 | 52 | 79 | 100 | 123 | 136 | 152 | 160 |

(総務庁統計局「家計調査年報」)

(No.5)

切り花の輸入実績

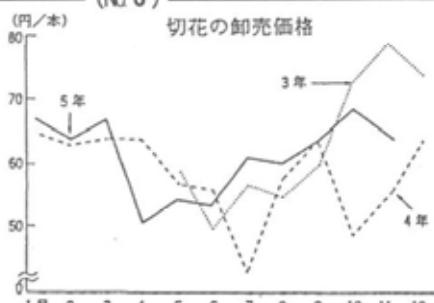
(単位:億円)

資料:大蔵省編「日本貿易月報」

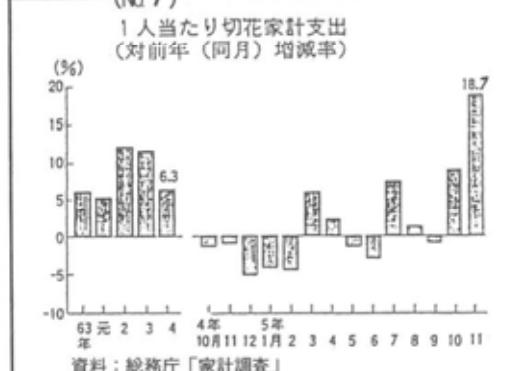
| | S50 | S55 | S60 | H1 | H2 | H3 | H4 |
|-----|-----|------|------|-------|-------|-------|-------|
| 輸入額 | 6.5 | 43.1 | 57.5 | 162.7 | 179.4 | 208.1 | 177.6 |
| 指 数 | 11 | 95 | 100 | 283 | 312 | 362 | 309 |

(No.6)

切花の卸売価格

資料:農林水産省「花き流通統計月報」
注:平成3年5月に開始された調査であるため
それ以前のデータはない。

(No.7)

1人当たり切花家計支出
(対前年(同月)増減率)

資料:総務庁「家計調査」

あとつぎは幸せな女性のいる農家に

北海道大学 経済学部

教授 牛山敬一

「妻が幸せで、生きがいをもつて生活している農家には、農業のあとつぎがいるんだね」とヤンがいった。ヤンはボーランドのワルシャワ経済大学の先生で、私たちといっしょに北海道の十数戸の農家を訪ねて、ききとり調査をやつた。この言葉はいわばその結論である。

ボーランドも個人農が農業の大部を担つていて、平均規模は七ヘクタールほどである。やはりあとつぎがいなくなつて、日本と同じ悩みを抱えて困っている。だからヤンの関心もそこにあった。いま日本の農業は、北海道を含めてたいへんなあとつぎ不足に陥つ

ている。三百人卒業する農業高校で一人から三人しか農業に就かない。そういう状態が長く続いているから、一九九〇年の農業センサスでは、北海道の三十歳未満の基幹的農業従事者は八・二パーセントしかない。農民がほぼ六十歳で引退するとすれば、このままいけば三十年後の二〇二〇年代には、

北海道の農家戸数は七千戸に減ってしまう。現在の百一十万ヘクタールの農地を維持するには、一戸あたり百七十ヘクタール耕作しなければならない。そんなことは不可能はない。そんなことはできない。耕作放棄の農地がいたるところに出現することになる。

農業基地北海道は、若いあとつぎ

を失うことによって、深いところで崩壊しつつあるのである。

農地が過剰になれば農地の価格はどんどん下がるだろう。農地を一箇所にまとめることも、規模を大きくすることも比較的容易になるだろう。それは農業を再建するにあたっての条件になるだろう。

そこで新規学卒者でもヒターンでもいい、また農業外からの新規参入でもいい、いそいで農業就職者を増やすなければならないといふ農政当局者の焦りはよくわかる。そのために農業においても他産業並の労働条件を作り出さなければならぬという提言もよくわかる。

集落下水道の整備や居住環境を良くしなければという提言もそのとおりである。

だがここで言いたいのは、それだけではなお何か足りないのである。人間はだれでも繰り返しによつて仕事を身につけていく。農業も同じである。だが農業はつぎつぎに作業を変えながら、一年かかつてやつと一回転する。したがつて言えば稻作をとつてみれば、農民は一生におおむね四十年、四十回しか稻作りを繰り返さないのである。よほど興味があつて、研究熱心でなければ、優秀な農業経営者にはなれない。また意欲があつても、一人前になるためには長期間の実習が必要で、それをもたない人がいきなり農業経営をまかされても、到底うまくやりこなすことはできない。

たいへんなあとつぎ不足なのだから、農業外からの新規農業参入者に門を開いていくことは必要なだが農業の主たる担い手は、やっぱり親から体験を通して学ぶことができる農家のあとつぎに期待するほかないのである。



牛山敬二(うしやま けいじ)さん

1933年長野県生まれ。農林省農業総合研究所を経て1980年北海道大学経済学部教授。北海道地域農業研究所理事。北海道農業研究会会長。専門・日本農業論。経済学博士。主著『農民層分解の構造一戦前期一』。『経済構造調整下の北海道農業』(七戸長生氏と共に編著)。『ボーランドの農業と農民』(吉野悦雄・坂下明彦・松井憲明・山村理人各氏と共に著)。

あるときトレビでNHKの北瀬道農業特集をみていたら、農家の高校二年生の息子が、父親の涙ぐましい頑張りをみながら「あんなのやつていられつか」と叫んでいた。親に共感しながら、そう叫ばざるえないきびしい現実があるのである。

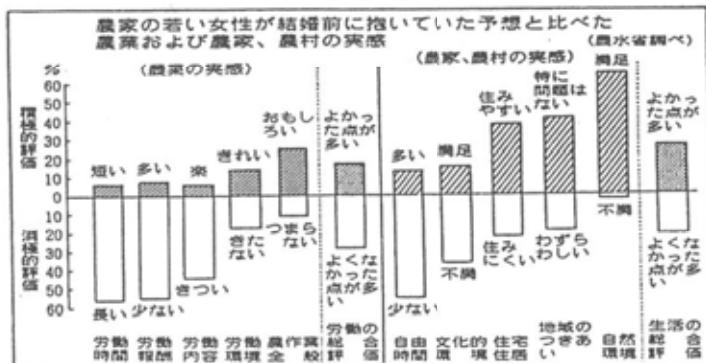
「農家にはやりたくないね」とほとんどが答える。そう考えざるをえない現実があるにちがいない。そのことは息子に嫁がなかなか来ないと関係ないのだろうか。

らしていたのである。ゆとりをなくした砂漠のような都会生活を実感した女性のほうが、縁と自然に包まれ、夫と同じ仕事をしながら生命を育てる農業の素晴らしさを客観的に理解できるかもしだれない。北海道の農家は外からやってくるひとびとを心を開いて迎えることができる。心が広く、おおらかななのである。

そういう本当の豊かさを大事にしている農家が、現にあるし、すこしづつ増えてきているのである。他産業並の労働条件・経済的安定も確かに必要であるが、それだけですまされない大事なことがある。わたくしたちが今すぐにやらなければならぬことは、そういうする。

ヤンはそういうあかるい農家を女性の生き方・妻の生き生きしたあかるさに見いたのである。ヤンが訪れた農家のうち、自分の収穫した大豆で、自家製のおいしい豆腐を御馳走してくれた農家、ゆり根のグラタンとから揚げを御馳走してくれた農家、お琴の演奏に目をかがやかせた農業後継者が二。

官と生活の充実が密接 不可分に
むすびついている。親がいきいき
幸せに農業をやっていれば、そし
て明るい家庭を築いていれば、農



▲ 1994.4.12 公表の「農業白書」から

一九九三年冷夏の特徴と 今年の暖候期予報の解説

札幌管区気象台 予報課

予報官 若原勝二

はじめに

昨年の冷害（作況指数：四十）は水稻の作況指数からみると北海道では昭和七年（作況指数：三十二）以来の大規模なものとなりま

した。しかし、夏の気温から見るに、一九四六年（昭和二十一年）以降低い方から第四位となっています。作物に対する気象の影響は

まだまだ解明されていない点が多く、単純に気温だけから判断できません。冷害は冷夏によってもたらされるのですが、その程度については一律ではありません。気象的な特徴を十分に理解したうえで、作物への気象の影響を分析することが必要と思われます。

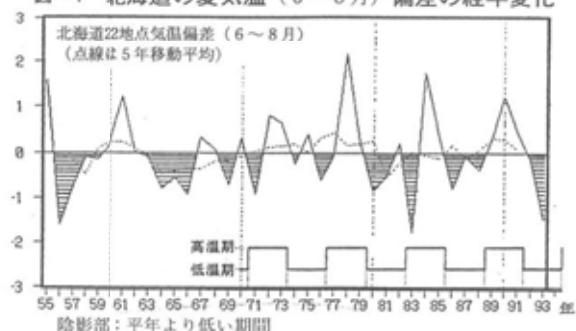
北海道は高緯度に位置しているため、北極方面からの寒気の影響を日本の中では一番受け易く、それだけに気温の変動が大きい所です。夏気温から見ると十年に三回は低温（夏気温の平年差がマイナス〇・六度以下・図一参照、黒い部分は平年より低い年）になっています。しかし、今年のような



若原 勝二（わかはら かつじ）さん

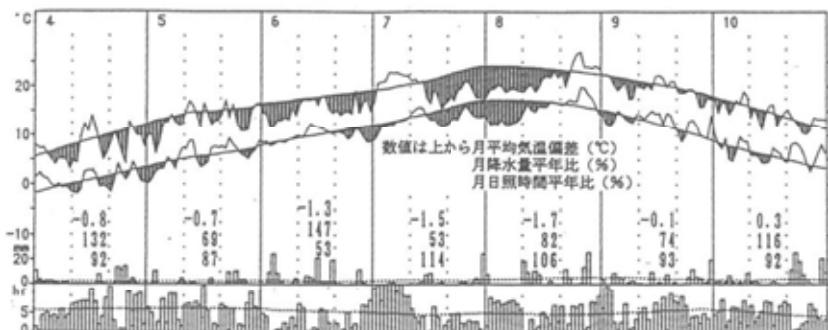
十勝管内清水町出身。1962年帯広三条高校卒業後、気象庁入り。室蘭地方気象台時代室蘭工業大学工学部（第二部）に学び72年卒。函館地方気象台予報官などを経て、92年から札幌管区気象台予報課・予報官（長期予報担当）をつづける。50歳。

図-1 北海道の夏気温（6～8月）偏差の経年変化



冷害に結びつく強い低温は十数年に一度の割合でしか発生していません。冷夏年でもそれぞれの年の気象的経過や特徴が違うことと農業技術の進歩や作物の種類、気象情報の利用の仕方などによって、作物への影響のあり方も違ってきます。今回は、昨年の冷夏の特徴と、今年の暖候期の予報の解説をします。

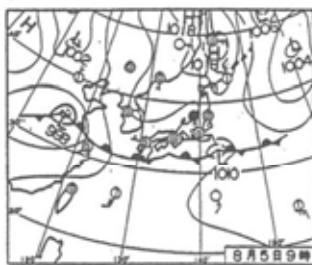
図-2 1993年暖候期の北海道(22地点平均)の日別気象変化



上：日最高気温と日最低気温 中：日降水量 下：日照時間 点線は平年値

図-4

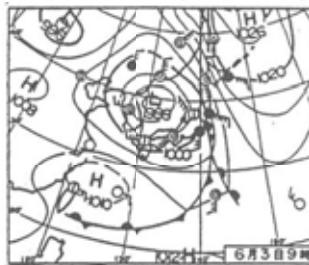
1993年8月5日9時の地上天気図



オホーツク海高気圧の中心が南下して北海道上空をおおう。風が弱く全体に晴れているが、昼夜共に気温が低い。

図-3

1993年6月3日9時の地上天気図



オホーツク海高気圧が北海道の東海上に張り出し、日本海の低気圧との間で気圧の傾きが急になっている。東または南東の風が強く曇りや雨の所が多い。夜間より日中の気温の低下が目立つ。

(一) 盛夏期

(四) 四～八月にかけて連続して月平均気温が低い。

(六) 盛夏期

(四) 四～八月にかけて連続して月平均気温が低い。

「一九九三年冷夏」の七つの気象的特徴と気象経過(図-1～7)

一九九三年の春から秋にかけての気象・海象的な状況が平年に比べて著しく異なった点は次

の七点です。

(一) 流氷終日(沿岸から氷が最後に見えた日)が遅く、オホーツク海側では一月遅れ。

(二) 北海道近海の海面水温は春から連続して低温。

(三) オホーツク海高気圧が東風が強い。

(四) 六月は記録的に日照時間が少なく、太平洋側では大雨。

(七) 台風の接近数は三個(平年一、二個)。

(八) (七月下旬から八月中旬)は記録的低温、帯広・岩見沢の真夏日(最高気温が三十度以上の日)はない。

五年連続の暖冬の後、四月から八月まではほぼ一ヶ月周期に低温の極が現れ、この期間の各月の平均気温は、五ヶ月間連続して低温となりました。各月の気温がすべて平年より低い(平年差マイナス〇、五度以下)というは一九四一年(昭和十六年)以来の記録。

四月から五月にかけては低気圧通過後に強い寒気が入り、ゴールデンウイークは二年連続して雪の降つたところがありました。オホーツク海側の流氷終日は平年より約一ヶ月遅れて五月上旬となりました。六月に入るとオホーツク海高気圧と日本海からの低気圧の接近通過(図-1～3)で低温・寡照となり、降水量は中部から南で多くなりました。七月上旬の北海道は東西に広がる高気圧に覆われて高温・多照となりました。しかし、夏らし

以来五十九年振りであります。

八月上旬は日照時間が平年より多くなったにもかかわらず、日平均気温がかなり低くなりました。八

月下旬は北海道東海上から張り出す高気圧と台風の北上により、一時暑くなつたが、本格的な太平洋

高気圧ではなかつたため東の周の夏となつてしましました。九月は

上旬オホーツク海高気圧や台風、低気圧の影響でぐずついたが、気温はほぼ平年並に経過しました。

北海道への台風の年間接近数は平年が一、二個だが、今年は三個

月は長続きせず七月中旬から八月中旬までは再びオホーツク海に

高気圧（図一四）が居座り、気温は平年よりかなり低い日が多くなりました。七月下旬から八月中旬までの盛夏期の気温は、一九五一年（昭和二十六年）以降（北海道

気温としてデータが整備されてから）最低となりました。平年の真夏日数が一週間以上ある岩見沢・帯広では真夏日（最高気温が三十度以上の日：表一）が一度も現れず、札幌ではたつたの一日となりました。帯広で真夏日がなかつたのは、一九三四年（昭和九年）

表-1 1993年の真夏日・夏日の日数(5~9月)

| 地点 | 真夏日 | | 夏日 | | | |
|------------|-----|----|------|----|----|------|
| | 今年 | 昨年 | 平年 | 今年 | 昨年 | 平年 |
| 内川走幌沢安広路蘭館 | — | — | 0.1 | 1 | 1 | 7.6 |
| 稚旭網札岩俱帶鋼室函 | 2 | 3 | 10.2 | 43 | 45 | 56.2 |
| 2 | 1 | 1 | 3.3 | 8 | 12 | 21.8 |
| 1 | — | 1 | 7.3 | 21 | 38 | 45.6 |
| — | — | 1 | 6.6 | 27 | 33 | 45.3 |
| — | — | 11 | 3.0 | 17 | 23 | 31.2 |
| — | — | — | 10.1 | 29 | 32 | 41.1 |
| — | — | — | 0.1 | — | 5 | 4.7 |
| — | — | — | 0.2 | 1 | 12 | 15.2 |
| — | — | — | 2.6 | 10 | 29 | 33.5 |

（八月二個、九月一個）となり、一九八九年以降、接近数（二~三個）の多い状況が続いています。

夏（六~八月）の平均気温の平年差分布と降水量、日照時間の平年比分布は図一五の通りです。平

均してみると太平洋側が多雨・低温（マイナス一・五℃）となっています。日照時間は留萌地方だけが

平年並の他は全道的に少なくなっています。

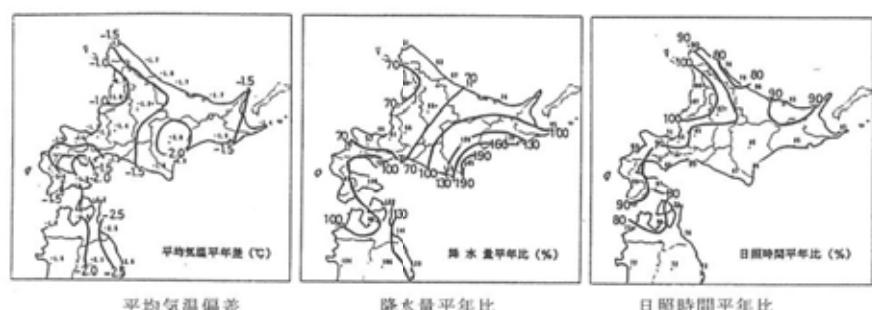
太い実線が偏西風の強い所を表わします）は北極を中心にはぼ同心円状になつていて、強いところ（ジェット気流）は二本とも北海道の北を走っています。一九九三年の北半球をめぐる偏西風（図一六の下）は、平年とは違つて北海道の北と南を通つていました。北側の偏西風は大きく蛇行していく、オホーツク海付近に

一九九三年夏の偏西風（大気の大かな流れ）の特徴と世界の天候

一九九三年の夏が、なぜこのように低温になつたのでしょうか？異常気象は地球をめぐる大きな大気の流れと大気に接している海からの熱や水蒸気のやりとりに深くかかわっています。

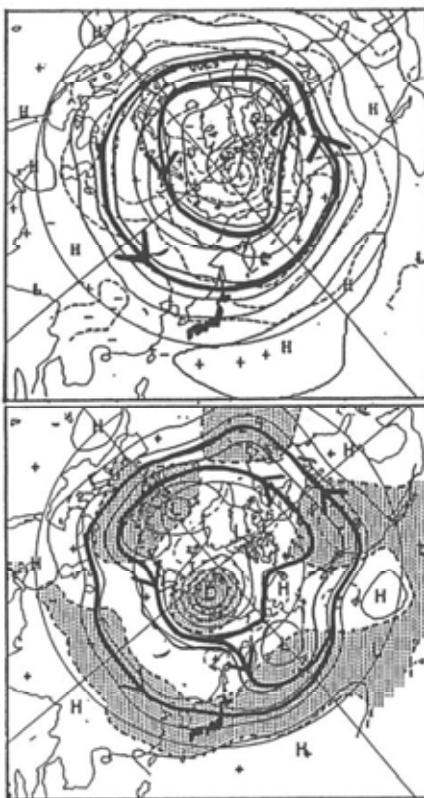
一九九三年夏の偏西風の流れは平年と大きく違つていました。平年の偏西風の状況は（図一六の上：

図-5 1993年夏（6~8月）の各気象要素の平年差・平年比分布



行していく、オホーツク海付近に気圧の差（上に凸になつたところ）

図-6
北半球の1993年7月の偏西風の状態



上は平年、下は1993年（太い実線：偏西風の強い領域、陰影部分：平年より高度の低い領域で低気圧や前線が発生または通過しやすい所）

今年の暖候期予報の解説

三月十日に発表した今年の暖候期予報は次とおりです。

「この暖候期は寒氣やオホーツク海高気圧の影響で、天気がぐずつき気温の低い時期がある見込みです。六月から八月の平均気温は平年より低いでしょう。降水量は太平洋側で平年よりも多い見込みです。根雪（長期間積雪）の終日は内陸で平

を形成しました。この気圧の峰が地上ではオホーツク海高気圧となつたのです。オホーツク海高気圧から吹き出す平年より強い東風は、平年より冷たい海面を渡つてくるため更に冷たくなつて、北海道上空を覆いました。偏西風の蛇行の大いところは日本付近の外に北米大陸とヨーロッパ付近にあります。この領域付近で異常気象が発生したのです。一九九三年の夏の偏西風の蛇行はなかなか解消せず、オホーツク海高気圧が強い勢力のまま北海道の北に長く居座つたのです。

日本国内では一九五四年（昭和二十九年）以来の全国的な低漸化になつて、梅雨明けが出来ないほど、梅雨前線が長く停滞してしたり、台風の接近・上陸は平年より多く、本州は記録的な大雨になりました。世界的には西シベリアやアラスカの高緯度で高温となり、中国東部から日本にかけての低溫多雨、アメリカ合衆国西北部が低溫多雨となつて、ミシシッピー河流域で記録的な大洪水となりました。

一方、夏をもたらす太平洋高気圧は熱帯海洋の海面水温の分布状況に関連しています。一九九三年

の夏はエルニーニョ現象が発生していたので、日本のはるか南海上の熱帯の海面水温が平年より低く、このような時は太平洋高気圧の勢力が弱くなり、夏の日本が低漸化になり易くなります。また、太平洋高気圧が弱いと真夏でも台風が日本に接近しやすくなり、梅雨前線

に接近しやすくなります。梅雨前線の冷たい気団の中にすっぽり入つてゐたのです。

それでは今年の夏はどのような天候になるのでしょうか？

今年の暖候期予報の解説

三月十日に発表した今年の暖候期予報は次とおりです。

「この暖候期は寒氣やオホーツク海高気圧の影響で、天気がぐずつき気温の低い時期がある見込みです。六月から八月の平均気温は平年より低いでしょう。降水量は太平洋側で平年よりも多い見込みです。根雪（長期間積雪）の終日は内陸で平

と関連して悪天を持続させることになります。

一九九三年の北海道の夏はこの梅雨前線北側のオホーツク海高気圧の冷たい気団の中にすっぽり入つてゐたのです。

それでは今年の夏はどのような天候になるのでしょうか？

年並からやや遅い見込みです。北海道への台風の接近数は二～三個の見込みです。

春（四～五月）：四月は周期的に天気が変わるでしょう。五月は低気圧の通過後寒気が入り、天気がぐずついて肌寒い時期があるでしょう。おぞ霜の恐れがあります。

夏（六～八月）：六月は低気圧と高気圧が交互に通り、気温の高い日があるでしょう。七月から八月にかけては、オホーツク海高気圧と低気圧や前線の影響で、天気はぐずつき気温の低い時期がある見込みです。太平洋側では降水量が多くなる見込みです。

初秋（九月）：低気圧と高気圧が
交互に通り、天気は周期的に変

わるでしょう。

おおよその天候経過は図七のと
おりです。」

予報の主な根拠

① 夏気温の長期的な傾向（図一）

一九五〇年（昭和二十五年）以
降、北海道の夏気温に六年周期が

現れていて、一九七〇年代後半か
らその周期が明瞭になつてきまし
た。一九七一年（昭和四十六年）

以降の高温期のピークを中心前に
後三年を高温期、その他を低温期

として気温階級出現度数を求める
と、高温期は高₁／並₆／低₄となり
ます。このリズムから今年は低温

期に含まれますので、今年は「平
年並」と予想されま

す。この「低い」とから

「低く」から

「低く」から

「低く」から

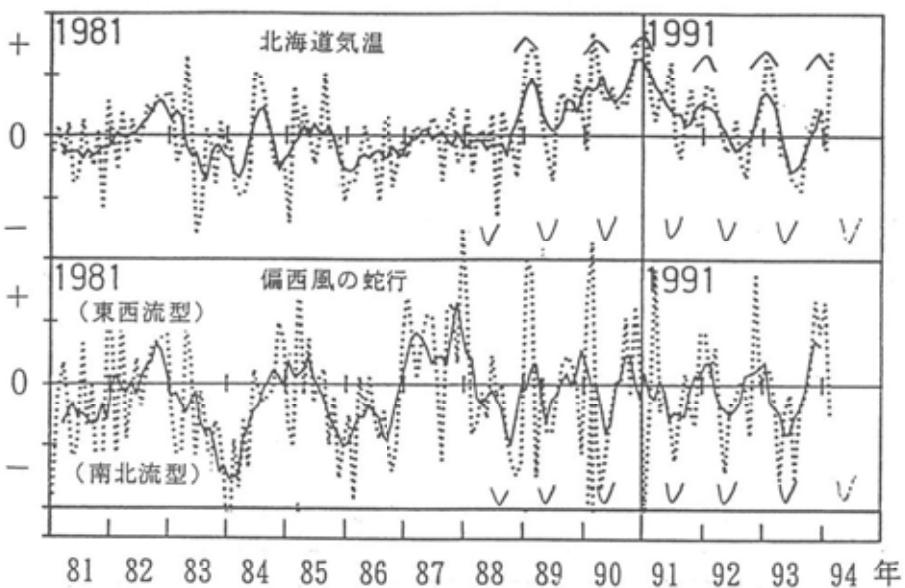
表-2 参考年夏平均（6～8月）の
各気象要素の年差（比）

| | 気温 偏 差 比 率 | 降水量 比 率 | 日照時間 比 率 |
|------------------------------|------------------------|---------------|----------------|
| 1981 | -0.5°C | 173% | 87% |
| 1988 | -0.4 | 97 | 97 |
| 1992 | -0.2 | 100 | 87 |
| 一九八八 年以降の気 温の変動に 従う | （図一八） | す。 | 予想されま |

東西流型：天気は周期的に変化し、気温は平年並から高い時が多い。
南北流型：天気がぐずつき夏は低温に結びつくことが多い。

東西流型：天気は周期的に変化し、気温は平年並から高い時が多い。
南北流型：天気がぐずつき夏は低温に結びつくことが多い。

図-8 最近の北海道月平均気温偏差と偏西風の蛇行経過



点線は月偏差、実線は5カ月移動平均
(正：東西流型、天気は周期変化 負：南北流型で低温に結びつくことが多い)

は一年周期が明瞭で気温の低い時
期が夏に、気温の高い時期が冬に
現れています。この変動は二年前
から大きくなつてきました。これ
らの位相は偏西風の流れ方に
れています。この傾向は今年の
夏

も引き継ぐものと思われます。低

温期の夏期には偏西風は南北流型となっています。オホーツク海高気圧の現れ易い周期は約八ヶ月と約二ヶ月があります。今年の夏に影響する周期は短い方の周期と見ていますので、昨年のようにオホーツク海高気圧は長く停滞しない見込みです。

③統計モデル

このモデルは北半球の過去の約五〇〇〇m高度の偏西風の状況や海面水温と気温・降水量の関係から、今後の気温や降水量を「ンピュータ」で統計的に予想するものです。これからは七月、八月、九月が低温傾向です。降水量は八月太平洋側で多く予想されています。

④西太平洋の海況

長い期間の天候ほど海洋の影響を受け易くなります。日本の遙か南方の西太平洋熱帯域の一月の海水温と北日本の夏気温の関係からは、「平年並」から「低漁」傾向。八月は北日本低温。七、八月の降水量は太平洋側で「平年並」から「多い」となっています。

参考年の気象経過

(図-19、表-12)

参考年は一九八一年、

一九八八年、一九九一年。

四月は平年並、五月～六月

と七月～九月に低温の時期

がありますが、六月から

八月はじめにかけて短い

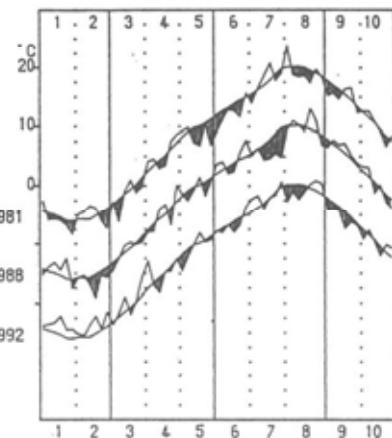
が高温期間があります。

各年とも夏の日照時間が

平年より少ない状況となっ

ています。

図-9 参考年の気象経過



おわりに

今回発表した暖候期予報は、二月までに入手できた観測データや

検討資料をもとに予想した結果で

すが、これからも新しい資料を收

集しさらに検討して一ヶ月予報や

三ヶ月予報を発表しますので、予

報はできるだけ新しいものをお使

い下さい。

なお、これらの予報のほか日々の気象状態に応じて地元気象台や測候所から注意報(低温、霜など)や情報(低温や日照不足、長雨な

ど)も隨時発表していますので、各種情報を適宜ご利用下さい。

なお、季節予報の発表日は以下のようになっていますが、発表日が休日に当たる時はこの日の前後に変更になります。

▽暖候期予報 三月十日

▽寒候期予報 十月九日

▽一ヶ月予報 每月十日、

二十日、月末

▽三ヶ月予報 每月二十日

用語の解説

参考年…参考図の解釈や予報の解説に適切な年。

偏西風…極を中心にして、上空を西から東に向かって吹く帶状の風のこと。

東西指數…偏西風が南北に逆行しているか(低指数)、あるいは

東西の流れが卓越しているか(高指数)を示す指數。

エルニーニョ現象…東太平洋のペル

沖から中部太平洋の赤道域にかけて、二～七年おきに

海面水温が平年に比べて一

度時には一～五度も高

くなり、一年から一年半程

度継続する現象を言う。最

近では一九八六年秋から一

九八七年／一九八八年冬に

かけてと一九九一年春から

一九九二年夏にかけて、ま

た、一九九三年春から夏に

かけて発生している。エル

ニーニョ現象は日本の天候にも影響を及ぼしている。

通信販売事業を通して思うこと

全農食品株式会社
取締役直販事業部長

橋本清彰

人は、おいしいもの珍しいものを探してきました。その歴史は古く、遠い昔にさかのぼる。幾千里も歩いて旅をしていた時代には、地方の特産品が権力者への献上品に用いられ、珍しいものとして喜ばれたりと/or>。食べ物に対する人の欲に時代はない。

最近では、それを一億人絶ぐる時代と言っている。生活レベルの向上や交通・輸送手段の発達によつて、より質の高い食生活が望めることをみんなが知つている。

家にいながらにして、マスメディアがどこに何があるかを教えてくれるし、欲しいものがあれば注文すると届けてくれる。行こうと思えば、旅行ブームに誘われて飛行機・新幹線でそこまで行くのもよいし、盛んな外食産業が郷土料理をメニュー化してくれるから、結構近くで食べられたりもしてしまう。なんと恵まれた時代になつただろ。

かつてわが国は、地形上の問題もあって農水産物の大量輸送手段は、菱垣回船・櫓回船・みかん船などの海上輸送に限られ、地場産

物の流通が原則だった。それが日本各地で個性的な食文化を発達させて特産品を生んだ。明治時代に入つてから、鉄道が発達したことと地方から都市へ消費地へと陸の大量輸送体制が確立して大産地が形成されていく。

加速しか知らない時代の流れに伴い、戦後は高速道路網が整備され、トラック輸送が鉄道輸送に代わり物流の主役となる。このことは、スピードアップと質（温度管理など）に関して飛躍的な向上をもたらしたといえる。ただし、ここまでではすべて大量輸送が原則だったため、現在のような個人単位の利用を考えるとまだ郵便小包などに限られていた。それを昭和五十年、宅配便を始めたヤマト運輸が時代を進めた。個人利用の輸送手段としては画期的なサービスの幕開けといえる。

その後、宅急便は驚くべき成長を続けてきた。物流他社の参画と郵便小包が国鉄民営化に伴つて幹線輸送のトラックに切り替えられたことも加わり拡大の一途をたどる。個人への配送マーケットは、



▲ 北海道発信の通信販売食品

より質の高いサービス（航空宅配、温度管理、時間指定など）へと競争を激化させながら、消費者にとって更に便利になるよう成長を続けていくに違いない。

運べるのなら欲しい。食文化の発達はこうした輸送手段（物流）の発達と共に同時進化をしてきた。発達し求められ、求められまた発達をする。

著しく物流が発達したことで、

地方から消費地へ産物が多く動き出すと、かつての献上品は産地直送品に名を変えて、いつそう魅力的に消費者の注目を浴びるようになった。産地直送、いわゆる産直事業と呼ばれる今日に至る。

しかし、数多くがこの産直事業に目を向け、昨今特に活発化しているが必ずしも成功しているとは言えないようだ。何故だろうとその理由を考えた時、消費者の立場ではなく販売する側の都合で商品企画をしていることがあげられると思う。在るものとりあえず売りたい。売りたい一心の企画が消費者にとって魅力的かそうでないかは結果が出てから知るのである。

橋本 清彰さん
(はしもと きよあき)



1945年（昭和20年）生まれ。甲南大学卒業後、家業の家電事業に従事。72年独立し電機関連の国内販売と貿易会社を経営。82年全農食品関西事業部に入社。営業部長、特販部長などを経て、93年より現職。農水省食品流通新形態実態調査検討委員会委員。全国産直ネットワーク「大地会」事務局長。

売りたい商品自体に消費者が求める魅力がなくては論外であるし、三・四人の小家族に一週間食べ続けなければ無くならない量を「新鮮です」と送っても無駄を生んでしまう。また、高い物流費、カタログ費を単純に価格に上乗せする安易な価格設定は、余程の商品価値がなければほんの一瞬で終わってしまう。消費者にとって



◀ 全農食品の
通信販売カタログ

品質面・価格面に不満があれば継続したお付き合いをして頂けないのは仕方のないことだ。消費者不在の産直事業はありえない。

当社における産直事業は、開始

以来八年を経過した。採算がとれるまで約四年間かかった。本当に初めは散々なもので、資材・商品・フレーム・カタログの作成等、どれをとっても失敗の連続だった。失敗から学び開発・改良を重ねて、消費者が求めているものを販売のパートナーと当社で模索しながらやってきた。そして、相互理解のうえにそれぞれの長所を機能分担し、頒布会方式（契約販売・主に十二ヶ月）による安定会員の獲得に成功したことが、今日の順調な事業推移を生んだ。頒布会方式をとることで、事前に一年先まで販売数量を把握することができて、生産地や加工元でも計画的に出荷体制が作れることは、より効率の高い事業を構築した。

現在の販売パートナーは、約五十団体（郵政局・百貨店・カード会社・通販会社等）に及んでいる。各団体が契約している会員に対し月々約四十万個の食品をお届け

する。取り扱い品目については、農産物から水産物・一般加工品、花きなどへと年々拡大して、需要は今後三年間で更に倍増するものと予想できる。その中で当社の担う役割は、カタログ作成と商品供給・物流・これを支えるコンピューターシステム等で、更にそれぞれの質を高めて各会員の信頼を、より得る事業へと再構築するために生産地・メーカーと共存共栄していくことが当社のあるべき姿だと考えている。

全国各地に信頼関係で産直事業を一緒に進めている生産地・メーカーがある。北海道ではこの事業の開始以前から、双方にとつて大切なパートナーとして約十年を経過したJA夕張農協がある。取り引き開始以来「夕張メロン」をギフトマーケットから自家需要品目になる当社の頒布会商品として理解を得て、全国の会員にお届けしてきた。全国の産地の中でもその数は最大の数量に育っている。おいしい夕張メロンを関東や遠くは九州まで、旬（食べ頃）にお届けして、それを受け取って食べた時においしいと喜ぶ笑顔がそこにある

新聞 スクランプダイジェスト

Part 2

おうちで買い物（広がる通販）・朝日新聞
(平成6年) 4月7日▷9日家庭欄

「不況知らず」女性の社会進出で普及
☆日本通信販売協会の推計では、92年度通販
全体の売上高は1兆8400億円(全国の百貨
店売上高の1/5にあたる)
★80年代は毎年2桁の伸びをつづけ、景気が
後退した現在も成長しつづける。(国内の
通信販売企業は、2000社ともいわれている)
☆伸びた理由は、「女性の社会進出」「顧客・
商品のコンピューター管理技術の発達」「
宅配便の発達」
★利用者の80%は、20~40代の働く女性。
商品を伝える手段は、主としてカタログ。
(協会加盟企業の1社平均・年間のカタロ
グ発行部数568万部。)

「ニュースメディア」印刷物使わず画面で注文

☆パソコン通信で書籍、花、生活雑貨などを
検索しての買い物が増えている。(大手パ
ソコン通信ネット・ニフティサーブ=会員
数62万人では、92年の売上高は前年の4倍。

「賢く使う」よく調べ前払い避ける

☆「格安」をうたったパソコンが代金を振り
込んだのに、いつまでたっても届かない。
などのトラブルが目立っている。

★国民生活センターには92年、前年より28件
多い433件の相談が寄せられ全体の6%を
占めた。

☆日本通信販売協会の「通販110番」への苦
情件数は92年度486件(前年対比81件増)。

★通販の賢い利用法・1) カタログや広告を
よく読む、2) 前払いは避ける、3) 買っ
たあとのサービス内容を確かめる、4) 業
者の得意な商品など特徴を知る。となっ
いる。



▲ 夏張メロンの生育状況を視察
(前から2人目が筆者)

ることを信じている。頒布する十
二カ月毎月その笑顔があることを
願っている。

最近は品目の多様化にあわせて、
本クレン農業協同組合連合会・農
協・北海道漁業協同組合連合会・農
加工メーカー等と積極的に道産品
の商品開発を行って、全国の消費
者にお届けする品目・数量は年々
増加している。北海道から夏張メ
ロンに続く喜ばれる商品を多く企
画したいと考えている。そして、
生産物が売れて、その地域が活気
づけば、生産に関わる人々にも喜
びがある。北海道で全国に喜ばれ

る商品を送り出す産地を多くつく
ることが、広く北海道の活性化に
もつながるものと思う。生産から
消費までのプロセスに関わる人々
すべてに笑顔が生まれる仕事を作
ることができたらいいなと思う。
最近は、おいしいものをおいしい
ままに、をキャッチフレーズに店
舗購入より安く、質の高い商品を
届けられるように新しい流通の確
立に向けて取り組んでいる。無理
なことだとは思っていない。おい
しいものをおいしいと言ってくれ
る消費者に支えられてきっと実現
するものと私は信じて疑わない。

BOOK REVIEW



いのうえ ひさしさん

「こまつ座」の座付き作者。
上智大卒。「吉里吉里人」
などの小説も多数。
コメ市場解放反対などの立
場からの発言も多い。
山形県出身。50歳。

総体的印象は、肝心の食糧庁のお偉方が、多忙を理由に出演しなかつたため、一同やや「標的」を見失った感があつたこと。それとやはりこの種のショーライブ化された百家争鳴的喧騒の中で、物事の本質を考えることはムリだろうという点だった。発言は常に司会者や横合いから声高に割り込む「論客」たちによって寸断され、かなり大事な論点が提示されても、ほとんど論旨を完結させることはできなかつた。

当初、出演を予定されていた作家の井上ひさしさんが、この日のテレビについていなかつたのも、あるいはこうした成り行きを予想したせいかかもしれない。でも私は、ちょっぴり残念だつた。

前置きが長くなつたが、本稿の目的は、その井上ひさしさんの近著『どうしてもコメの話』の紹介にある。本書の発行日は、昨年十二月十四日のウルグアイ・ラウンド合意発表のわずか十数日前。ブックカバーには「大凶作・緊急輸入で緊迫するコメ情勢下の緊急出版!」と謳われているが、本の中身はもちろん、急転直下の決着を予想していない。

私が本書を手にしたのは、あの「深夜の発表」の数日後。井さんが本

書の中で切々と訴えた自由化反対の第一の題は、すでに破られていた。だが、それだからこそ、さらに熟読再考すべきものが本書にはびっしりつまつっている。

井上さんはウイットに富む愉快な小説や戯曲で知られるが、私は一、三の作品に触れているだけで、あまり忠実な読者はいえなかつた。しかし近年、コメ自由化反対の立場で精力的に論陣を張る井上さんは、強い関心を持っていたから、書店の本棚でこの本に手を伸ばしたのである。

本書は平成四年に発刊され昨年末までに十一刷を重ねた『コメの話』に続くもので、その後に井上さんが新聞、週刊誌、月刊誌に発表した評論、「ラムや講演録など長短三十編」を収めている。

井上さんは、まえがきで、それらの文章を貴く「コンセプトについて」日本との地形や気象が水田稻作に嘘みたいによく向いているからそれを捨て去る事はないよ」ということ、地域資源を有効に活用することがこれから日本の、というより世界の課題ではないかしらということ、そして水田や田園で生きる人びとも所得が保障されてしかるべきであると

井 上 ひさし 著

「どうしてもコメの話」

ユーモラスで説得力のある農業論

平成「メ騒動が連日マスコミを賑わせるさなかの三月下旬、民法で朝まで生テレ」の「激論・大丈夫か?日本のコメ」が放映された。

午前一時半から五時まで、例の田原 総一朗司会による討論番組である。そう若くない身に徹夜はこたえるが、ブラウン管の前で朝を迎えた。

新聞
スクラップ・ダイジェスト
Part 3

<1994. 3. 14 北海道新聞>

「総理府の食生活世論調査」コメ自給率77%「食料の将来に不安7割超す」

☆13日付で総理府が発表した「食生活・農村の役割に関する世論調査」では、国民の4人に3人がコメなどの基本食料は、外国産よりも高くても国内生産を求める。

★将来の食糧事情に「不安がある」とした人は71.7%で前回(90年)調査を約8%上回った。理由として「異常気象や災害による内外の不作」を挙げた人が前回調査の44.1%から66.3%と急上昇した。

☆食料の安定確保策としては「できるだけ国内で生産する」が77.4%。

★コメについては「コメ中心の日本型食生活がよい」97.6%、「主食にふさわしい」94.1%と評価している反面「もっと食べるほうがよい」は、55.9%と前回の68%より急減。コメ不足で主食を多様化せざるを得ない国民の反応か。

<1994. 3. 18 北海道新聞 夕刊>

タケハシ小やけ▷ハナキン通信「平成コメ騒動」

☆日本滞在が4年になるカナダの女性(26)は疑問を口にする。

「カナダ人はカナダ小麦を求めて並んだりしない。タイ米もカルフォルニア米も食べたけどオイシイ。日本人は食べもしないで、高い日本米を買おうとする、なぜ?」

★「時間が余っている人達が並んでいるんだ。彼らだって日本米がなくなったら、他のコメを食べるんだ」ただ、それだけでは、この熱狂はうまく伝えられない。

「日本人がコメに敏感なのは、コメが日本の歴史の一翼を担ってきたからだ。日本人だから日本米にこだわる。いわば、コメの尊皇攘夷運動の熱狂なんだ」

☆彼女は首をかしげ、再び尋ねた。「そんなにコメが大切なら、どうして減反したの、なぜ農家が減っていくの?」

★僕は、………口ごもった。

<1994. 4. 13 日本農業新聞>

「農業白書」食料自給を事実上放棄(新政策の具体化全面)米不足、輸入に反省なし

☆凶作、ウ・ラウンド合意、高齢化などで「農業・農村は内外を通じてかってない、困難に直面している」「小規模農家の経営外部化などによる大規模経営の育成」等新政策具体化を急ぐことを提言。

★コメの大量輸入による国際的影響を認めながらも、「輸入や備蓄を適切に組み合わせた食料供給を目指す」とし、食料自給を事実上放棄した白書となつた。

◎「白書」に対する各紙の論者意見タイトル

☆北海道新聞 4. 13「不明解な分析・情勢判断」 七戸長生・酪農学園大教授

★朝日新聞 4. 18「米作の将来像描けず・制度矛盾の解消が必要」 脇坂紀行・東京=経済部

☆日本農業新聞 4. 13「食料安定供給に責任を・元気だせ農水省」 山下忍一・農民作家

<1994. 4. 16 北海道新聞>

「世界貿易機関」へ一步 一マラケシュ会合が閉幕—ウ・ラウンド正式に終了

=WTO協定の批准「国会審議」難航も=農水省・国内農業対策検討を本格化

★ウ・ラウンド合意によりコメの部分開放のほか、乳製品など輸入制限品目の関税化などに踏み切るが、批准をめぐる国会審議は難航も予想される。

★実際には、食管法や関税定率法など国会関係法令の改正が必要で、政府は秋の臨時国会に、協定とともに改正案を提出する。協定の発効日は来年1月1日が目標

いう」と、この三つがこの論集の主調音になっている」と述べたうえ、「私はこのことを死ぬまで延々と続けるだろう」とも書いている。
しかし、本書を貰くものは、「延々」とも書いている。

などではない。理不尽なガットの傲慢を怒り、日本の国土と農業、食料自給の大切さを説き、静かだが情熱的に、キチンとしたデータに基づいて論じられている事柄の多くは、これまで多くの人が指摘してきた。しかし、それらに、いきいきと命を吹き込み、訴求力を与えているのは、

作家の力量とともに、井上さんの思ひの深さであろう。これからさらにユーモラスに読ませる文章は、声高などどんな議論よりもわかりやすく、一つひとつ胸に落ちる説得力を持つ。論じられている事柄の多くは、これまで多くの人が指摘してきた。しかし、それらに、いきいきと命を吹き込み、訴求力を与えているのは、

十二ページにわたる参考資料集が付され、井上さんの第二、第三の「コメの話」を待ちたい。

卷末に著者のコメントをつけた四十二ページにわたる参考資料集が付され、井上さんの第二、第三の「コメの話」を待ちたい。

(一九九三年十一月発行、新潮文庫)

一一五二ページ、四四〇円)
評者
「広報ほくれん」編集長
能條伸樹

情報システムはいま

コンピュータマッピングを利用した営農指導支援システム

ホクレン農業協同組合連合会

営農対策課調査役 中村正士

(前北海道地域農業研究所専任研究員)

「激変する農業情勢」に対する心して、地域における営農指導の強化が叫ばれている。それに呼応して、各地で農協と関係機関が一体となって営農指導を担う組織を設置するなど指導体制の強化に乗り出す事例が出てきた。営農指導と一口にいっても業務の内容は幅が広く、技術指導から経営指導、組織育成、情報収集・伝達といったものまで含まれる。情報化の観点から営農指導を見ると、技術情報の蓄積・伝達や農家と圃場に関する情報のデータベース化、それらの活用が対象となる。

ここでは、農家や圃場、作物、土壤などの営農指導にとって基本的な情報を、数値や文字情報としてだけでなく、地図情報としてもてだけなく、地図情報とともに蓄積表示することによって、地域全体の状況を判断しながら計画立案や効率的に指導を行おうとするシステムを紹介する。

注目される

コンピュータマッピング

農地を対象とした計画を立てるに当たっては、常に地図が必要となる。例えば、農地のある農家に圃場の位置関係が記入された地図がないと話し合いすらできなくなる。圃場の位置関係が記入された地図がないと話し合いすらできな

い。更に、その圃場に関する所有者や面積などのデータも当然必要だ。農地流動化対策をたてるに当たって、対象とする地域の圃場が特定できる地図や種々のデータを即座に見ることができれば作業効

率は格段に上がる。

「コンピュータを使って地図やデータを即座に検索したり、データを加工することなど、そう難しいことではないだろうと誰しも考える時代だ。確かに技術的には、十年以上前からコンピュータ上で地図を表示させたり、対象とする位置を指定すると対象物に関する情報を即座に表示させる（コンピュータマッピングと呼ばれる）システムはあった。なかにはディスプレイに表示された地図をもとに、線で囲まれた畠や池の面積を即座に計算できるものも実用化されていた。

しかし、「こうしたシステムは非常に高価で、それなりに費用が回収できる分野、例えば電力会社の送電経路やガス会社のガスの配管経路の作図などに利用が限られていた。農業分野でもこうした地図を扱うコンピュータシステムの開発が試みられてきたが、設備投資が大きいことや、一筆ごとのデータを入力する費用と効果が常にネックとなり、実用化された例は少なかった。近年、コンピュータの価格性能

比が格段に上がったことなどから、パソコンレベルでも実用に耐えるコンピュータマッピングのシステムが登場してきた。後述するシス

営農指導でのこれから的情報化

営農指導における情報化を検討する場合、技術情報のデータベース化や情報提供システムが論議されることが多くなった。前述のように営農指導の内容は広範にわたることから、本来情報化についてももっと広範な視点から見直す必要がある。

地域においては営農指導に係わるのは農協ばかりではなく、役場や農業改良普及所、農業委員会、土地改良区など複数の農業関係機関・団体である。これら複数の組織にはそれぞれに、日常業務から発生する地域の農業に関するおびただしいデータが蓄積されている。こうしたデータを相互に利用できれば、地域全体としての営農指導はより効率的に進むはずである。そうした意味で営農にかかる基本的な情報、例えば農家台帳

などのコンピュータマッピング技術を利用して開発が可能となった。

地域営農支援情報システム (A・G-I-S21)

開発の経過

地域営農支援情報システムは、長野県駒ヶ根市に本所があるJA伊南と東京のコンピュータソフト

や圃場台帳、営農計画書などがコンピュータ化・データベース化されていることは重要な意味をもつている。従来、コンピュータで扱っていたのは、こうした数値と文字情報まで、計画立案や集落での説明に使う図面などはそれぞれの目的に応じて、手作業で色塗りしていた。土壤図などのようにデータが余り変更されないものは、手作業で色塗りしそれを印刷して種々の目的に利用することもできるが、作付作物の団地化を促進するための計画図などはデータも変化し易く、打合わせの都度原図をもつていかなければならぬ。他の機関で利用したり、多少変更して別の目的に利用するといつたことも難しい。こうした場合、種々の地図もふくめてデータベース化されれば、作業の効率が上がるばかりではなく、関係機関相互でデータベースが利用できることから計画 자체がより実現性の高いものとなるであろう。こうした考え方をベースに開発されたのが、以下に紹介する「地域営農支援情報システム」である。

合併農協が生まれるなか、つどにその名を知られた農協である。

J A伊南では、「地域複合営農」と名づけた農業振興計画を積極的に推進している。その中核として各支所に農業関係機関の機能を集約した「営農センター」と呼ばれる組織が設置され、地域での営農



地区に農地利用調整機能の充実をはかり、担い手に農地の集積をはかるため「土地利用調整システム」の確立、③地区営農組合による機械施設利用を総合的にコントロールする「機械施設の共同利用」の促進、④地域振興作物の積極的な導入と振興、⑤多様な地域農業の担い手の育成。

こうした「地域複合営農」を支援する道具としての役割を担っているのが、この情報システムである。このシステムの開発には約三年が費やされ、平成六年三月に完成した。開発にはJ Aと行政の営農指導部門の職員が当たった。営農指導に係わる日常業務のなかからコンピュータ化が可能な業務を選択し、試行錯誤を繰り返しながら完成させた。

システムの構築に要した総経費は約一億円のことである。ソフトの開発費の他、「駒ヶ根市、飯島町の都市計画図と約二万五千筆

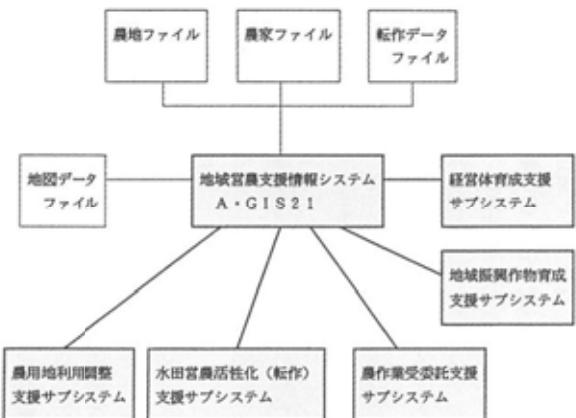
にのぼる圃場地図の入力費用および四力所のコンピュータ設備など全額が含まれる。また、この事業実施に当たっては、農業農業構造改善事業の補助を受けた。
以下、JA伊南と駒ヶ根市、飯島町での稼働状況をもとにシステムの概要を紹介する。

システムの機能と構造

システムの構造は、図-1の概念図のようになつており、データは大きく地図、農地、農家、転作関係の四つのデータファイルに分けられている。農地と農家に関するデータの開発費の他、「駒ヶ根市、飯島町の都市計画図と約二万五千筆に示したとおりである。農地ファ

ームの目標はつぎの様なものである。①営農センターや地区営農組合などの組織の機能を生かした「組織農業の推進」、②JAと地区営農組合の土地利用調整機能の充実をはかり、担い手に農地の集積をはかるため「土地利用調整システム」の確立、③地区営農組合による機械施設利用を総合的にコントロールする「機械施設の共同利用」の促進、④地域振興作物の積極的な導入と振興、⑤多様な地域農業の担い手の育成。

図-1 地域営農支援情報システムの構造概要



イルの内容は、土地台帳のデータと考えればよいし、農家ファイルは農家台帳ということになる。これら二つのデータは、市町村農業委員会が管理している「農地基本台帳」とほぼ同様の項目と考えてよい。表には示していないが、水田転作に係わる一部のデータについてはシステムの構造上は別のファイルになつてている。

このシステムは、①農用地利用

表-1 システムが管理している農地および
農家データ項目

| 農地データ項目 | 農家データ項目 |
|--------------|----------------------|
| 経営者・整理番号 | ※市町村コード |
| 一筆地処理コード | ※世帯コード |
| 大字コード | ※整理番号 |
| 所在(地番・枝番・号) | ※組合員番号 |
| 地目(登記・現況・調査) | ※集落コード |
| 面積(登記・圃場・休耕) | ※行政区コード |
| 現況作物コード | ※公称住所 |
| 品種コード | ※住所行政区名 |
| 耕作・自小作区分 | ※有線番号 |
| 再設定状況 | ◎電話番号 |
| 土地所有氏名 | ※経営面積 |
| 字名(通称名) | ※中核農家区分 |
| 土地改良実施区分 | ※担い手区分 |
| 土地改良区コード | ※年金受給者・整理番号 |
| 土壤種別コード | ☆被保険者・整理番号 |
| 採取コード | ◎年金後継加入者・整理番号 |
| 有機米コード | ◎旧経営者・整理番号 |
| 食味値コード | ◎新経営者・整理番号・事由 |
| 施設コード | ◎農業共済コード |
| 転作種別 | ◎転作助成金コード |
| 圃地種別 | ◎農業従事者数 |
| 作業委託種別 | ◎総合口座番号 |
| 年間期間作業数 | ◎普通口座番号 |
| 団面番号 | ☆前年育苗春秋作業有無 ◎経営有無 |

注) 項目名のみで、実際のファイル構造とは若干異なる。

項目者の好みで、実際のノーティル耕造とは若干異なる耕作地マスターおよび農家マスターより取り込み。

◎システム運営により基盤

◎システム運営により審査。
☆日本ユニシス上で情報付加。

農用地利
用調整サ
ブシステ
ム

調整、②水田農業活性化（転作）、
③農作業受託、④地域振興作物
育成、⑤経営体育成の五つの業務
に対応したサブシステムからなっ
ている。それぞれのサブシステム
で、必要とする地図を表示するこ
とができる。表示される地図は、
ディスプレイ画面上で自由に表示
する地域を指定し、任意の大きさ
に拡大することができるようになっ
ている。地図をある程度拡大する
と、一筆記号に書かれている地番

と経営者名（耕作者名）が読める。画面に表示された地図はそのままのイメージで熱転写カラープリンタで出力させることができ、出力された地図は微妙な色合いも忠実に再現されて非常に見やすいものだ。

図の変更是できない仕組みになっている。
地図データ以外のデータについては、上伊那地区十の行政で運営
されている「広域情報センター」
で管理されている農家基本台帳由
農家マスタ、耕作地マスタ、水田
マスターより必要項目が取り込まれ
ている。それ以外のデータは役場
なかで蓄積される仕組みである。
以下、もう少し業務別にシステム

の農地を集積したり、有効に利用を図るために農地利用増進計画策定に係わる事務処理と計画策定作業を効率的に行うために開発された。

このシステムは、①農地利用計画②貸借申し出受付③利用権設定④利用権解約⑤精算の五つの作業に対応している。「農地利用計画」では、関係する「現況地目分布図」や「現況作付作物分布図」、「利用権設定地分布図」（図-12）など七種の地図を出力させることができる。また、「一覧表としては、「利用権設定地一覧」や「担い手経営地集積化計画圃場一覧」、「貸借契約終了筆一覧」などが用意されている。「利用権設定」の作業では、「貸付申し出地および借り受申出者経営地分布図」が出力され、利用権設定にまつわる作業を画面上でできるようになっている。「精算」の作業では、貸付者と借受者別の「小作料一覧表」や農家に対する「小作料・振込・引き落とし明細書」作成などが用意されている。

図-2 「利用権設定地分布図」の画面出力例

<飯島> 利用権設定地分布図



水田営農活性化(転作) サブシステム

農家の転作意向データを入力し、
地図を見ながら地域の転作計画を
立てたり、団地加算の確認などの
資料作成や精算
事務を支援する
システムである。

- ①転作意向・計
画
- ②転作確認
- ③精
算の四つの作業
- からなっている。

このシステム
では、「作付作
物分布図」や
「転作計画地分
布図」、「再確
認圃場分布図」
などを表示する
ことができる。
また、「二十四種
にのぼる一覧表
や集計表を出力
する機能をもつ
てある。「精算」
の作業では、「精
算払い計算
書」や「精算払
い振込通知」な

ど幾つかの計算書と通知書を作成
することができ、従来、一覧表や
計算書を見ながら振込通知を作成
していたのが、このシステムで全
てできるようになった。

農作業受委託 サブシステム

JJA伊南では、各支所で育苗や
春作業（耕起、代かき、田植えな
ど）、秋作業（稻収穫、大豆脱穀、
堆肥散布など）の農作業受委託の
調整を行っている。支所では農家
から作業の委託受付を行い、地区
営農組合の作業班に作業を振り分
けたり、作業完了の確認をしてい
る。このシステムは、こうした農
作業受委託にかかる作業計画と
一連の事務処理を支援するシス
テムである。

このサブシステムは、大きく①
育苗作業②春秋作業受委託③年次
処理の三つの作業からなっている。
「育苗作業」では、水稻の育苗全
般にわたる委託作業の受付から作
業配分、指示、完了確認、料金精
算に到る事務処理に必要な報告書
や帳票の作成を行う。「春秋作業

受委託」も「育苗作業」とほぼ同
様の機能であるが、「作業別委託
地分布図」を出力することができ
る。また、作業の受託者が委託さ
れた圃場をすぐにわかるように立
てられる作業指示票と、作業者が
が一連になつた票が作成できる機
能など、実務者のアイデアが生か
されている。

地域振興作物育成 サブシステム

JJA伊南管内の耕地は、標高五
百五十から九百七十に分布しており
高低差が大きい。JJAでは、こう
した自然条件を考慮した水稻の品
種作付をおこなうよう指導してい
る。また、圃場ごとに米の食味値
を測定したり、畑作や果樹につい
ては土地条件にあつた作目・品種
の選定などきめこまかな指導を行
っている。このような指導に当たつ
て必要な資料を提供するのがこの
システムである。このシステムで
は、「水稻品種別分布図」（図-
3）や「水稻食味値別分布図」、
「作物品種別分布図」、「土壤分

布図」などを見ることができる。

また、これらの図に五十以上の等高線を表示させる機能のほか、土壤については八区分が用意されており、品種別分布図に土壤型を重ねて表示させる機能なども備えている。

経営体育成

J A伊南では、兼業農家や專業農家がそれぞれの経営形態にあつた農業を営める体制を目指している。そつたなかで、中核を担う経営体への農地集積などの計画を策定するために、必要な各種の地

図（主に農地と

経営体台帳の登

録、一覧表の出

力作業などを行

うシステムが経

営体育成サブシ

ステムである。

ハードの構成

こうした五つのサブシステムを稼働させるために必要となるのが以下のよう

な機器である。まず、MS-IW



図-3 「土壤分布図」「水稻品種別分布図」の画面出力例

INDowsが動作する高性能のパソコンと高解像度のディスプレーが必要である。地図データを高速に扱うための専用グラフィック装置、一覧表類を出力させるシリアルプリンタとレーザプリンタ、地図を出力する熱転写カラープリンタ、データバックアップ用の光磁気ディスク装置なども必要となる。機器全てを揃えると約四百三十分円であるが、このうちカラーブリントタが約二百万円を占めている。

今後の課題と将来展望

このシステムが本格的に稼働はじめじめてまだ日が浅いので、実作業上の問題点や今後の課題はまだ明確になっていない。

敢えて問題点を上げるとすれば、地図データの変更作業は年一回と

しているが実用上問題ないのか。また、変更に要する経費によっては地元側で変更できるシステムの検討も必要になることも考えられる。

行政とのデータ交換などは日々オンライン化することであつた。

た。また、データのメインテナンスの面では、年に一回広域情報セントラルのデータとマッチングチェックをかけることにより、システム上のデータが一人歩きしないような対策はとられている。このシステムの大きな特徴は、行政とJAとの情報の共有化であることから、データ交換がスムーズにいくかが鍵になると思われる。

道内にも行政とJAが一体となつて営農指導を推進するための農業振興センターあるいは農業総合管理施設が設置される例が多くなっている。今後、ここで紹介したようなシステムがこうしたセンターに普及することは間違いない。こうしたシステムが普及することによって行政とJAが情報化の面でも一体となつた取組みがなされることを期待したい。

なお、JA伊南では各地からの視察希望が多く対応に追われることで、このシステムに関する問い合わせや視察は、共同開発者の日本ユニシスシステム（株）（本誌DATA FILE欄を参照）に照会し

成度 平5年度

北海道地域農業研究事業経過報告

連町、鶴川町、厚真町、興部町)を実施しました。
ウ、「農業の情報化戦略」研究会(三月・札幌市)実施。

(詳細は別途記載)

共同研究

策定に係る基礎調査 — 委託者 知内町—

(七) 静内町農業振興計画に係る基礎調査 — 委託者 静内町・静内町農協—

以上の二件については、二ヵ年継続事業として取り組み、平成六年度に最終報告をまとめる予定です。

提案研究

(一) 美深町農業振興計画に係る地域診断(平成四年度より継続) — 委託者 美深町農協

(二) 白糠町農協、農業振興計画に係る基礎調査(平成四年度より継続) — 委託者 白糠町農協—

(三) 追分町農業振興計画に係る基礎調査 — 委託者 追分町農協—

(一) 鮮度保持を要する北海道農産物の低コスト物流システムの確立(平成四年度より継続) — 北海道立中央農業試験場との共同研究—

ア、道産移出野菜の鮮度保持と物流コストの低減対策は、

北海道における野菜生産の振興を図る上で重要課題となっています。現状の物流

パターン別実態、コスト面

の調査分析を実施しました。

イ、共同輸送方式など、低コスト保鮮物流に係る今後の方

当研究所は、平成二年十一月設立以来三年四カ月が経過しました。この間会員各位の深いご理解と、関係機関始め各方面のご協力を得て、調査・研究事業の領域を広げることができました。更に各研究テーマ毎に道内外の研究者各位のボランティア的支援活動を受け、研究内容についても年を追つて充実深化してこれたものと思料しております。

平成五年度における主要な研究事業経過について、以下のとおり報告いたします。

自主研究

ウ、第二回定期例研究会(一月・本問題)実施。

「稻作経営の作付変動と農地問題」実施。

「稻作経営に関する研究」

ア、全国農業協同組合中央会の奨励研究「地域農業振興

(技術)センターの役割と機能強化に関する研究」に

取り組みました。

イ、上記に係る、地域農業技術センターの実態アンケート

調査と事例調査(北村、風見沢、深川)実施。

イ、第一回定期例研究会(十一月・「稻作地帯における農地基

地の調査研究に着手します。ア、稻作地帯における農地動向現地調査(八月～九月・岩見沢、深川)実施。

以上の調査研究を実施し、それそれに報告を完了いたしました。イ、共同輸送方式など、低コスト保鮮物流に係る今後の方

向をまとめました。

イ、道産野菜の競合産地情報シ

システムの開発 一北海道立中央農業試験場との共同研究

ア、NAPASS（全国農産物市況分析システム）を活用した、競合产地の動向を把握分析する手法を開発しました。

イ、この情報を利活用した、道産野菜の産地形成と販売戦略構築を探査しましたが、

今後、農業団体の実務担当者を交えた研究会などで、実用化の検討を進めます。

(三) 農家経済の再建に関する調査・分析
基協会との共同研究一

ア、過大な負債を抱える酪農家の、負債固定化の原因や実態を調査分析し、三月中旬に中間報告をまとめました。

受 託 研 究

(一) 「カジュアルフラワー」の

需要拡大の見通しと本道における生産のありかたに関する研究

ア、北海道大学農学部農業経済学科の研究者を中心とする、プロジェクトチームによつて生産、流通、消費の全般について、調査研究を実施しました。

イ、消費者アンケート調査（九月・札幌市・対象サンプル数二百六十二人）生産者および産地関係者アンケート調査（七月・上川管内）実施

ウ、カジュアルフラワーに係る研究会を三回にわたり実施しました。

ア、平成四年度の実態調査から課題として抽出された、「青果物の物流・鮮度保持体系の基本的方向」「道路・鉄道・港湾・空港などの輸送基盤整備」について、調査研究を実施しました。

イ、二ヵ年の調査研究結果については、有識者の提言も含め開発協会に報告し、今後の道産農産物の「輸送高度化システム構築の基礎資料」として活用してもらっています。

診 断 事 業

ついての調査業務 一委託者

北海道開発協会一

ア、同地域における加工野菜の現況と動向を把握し、加工形態別（野菜缶詰、冷凍野菜、漬物、乾燥野菜）の生産・流通の事例を調査しました。

イ、国際化の進むなかで、地場企業が原料仕入れや雇用を通じて、地域農業や地域社会といかに繋わり合いをもつてきたかを浮き彫りにして、委託者に報告しました。

ア、花きの調査研究に関する取り組みの概要

イ、世界における花きの生産・流通・消費

ア、農事組合法人が農地を保有し、共同経営を行っていくためのコンサルテーション事業を実施しています。

イ、法人構成農家の意向調査、分析結果に基づき、平成六年度に法人の経営計画を策定する予定となっています。

第四章 花きの物流と情報システム

第五章 費

ア、カジュアルフラワーの将来と北海道における生産・流通システムの方向性（提言）

イ、農産物出荷・輸送高度化システム調査（平成四年度より継続）一委託者 北海道開発協会一

ア、平成四年度の実態調査から課題として抽出された、「青果物の物流・鮮度保持体系の基本的方向」「道路・

鉄道・港湾・空港などの輸送基盤整備」について、調査研究を実施しました。

ア、花きの調査研究に関する取り組みの概要

イ、世界における花きの生産・流通・消費

ア、農事組合法人の役割と課題

イ、農事組合法人の役割と課題

ア、農事組合法人が農地を保有し、共同経営を行っていくためのコンサルテーション事業を実施しています。

ア、法人構成農家の意向調査、分析結果に基づき、平成六

第三章 日本における花きの流

(二) 網走地域高収益農業確立に

図書資料の発行

- (二) 会報「地域と農業」の発刊
ア、第九号（春季号）
イ、第十号（夏季号）
ウ、第十一号（秋季号）
特集Ⅱ農業・農村の変革を目指す女性像
エ、第十二号（冬季号）
特集Ⅱ農村文化をどう育てていくか
(一) 地域農業研究年報（平成四年度）の発刊・平成五年五月
(三) 地域農業研究叢書の発刊
ア、第十二号 北海道における農業雇用労働力の需給構造
イ、第十三号 白糠町農業の構造と展開方向
ウ、第十四号 フリーストール畜舎等の施設建設における法規制とその緩和による低コスト建設に関する調査
エ、第十五号 稲作限界地帯における農業展開と振興方向
オ、第十六号 地域農業振興

(技術) センターの役割と機能強化に関する研究
研究報告書の発刊
(四) 潜熱利用冷温化システム開発調査報告書・平成六年三月
イ、「カジュアルフラワー」の需要拡大の見通しと本道における生産のあり方に関する研究報告書（要約版）・平成六年三月
なお、図書資料の会員に対する配付は、「会報」「研究年報」「研究叢書」を発刊の都度実施しました。「研究報告書」（限定発刊）については、委託者の了解を得られたものを関係者に配付しました。会員外の方々に対しても、有償販売に応じておりますので、必要の場合は申し込み願います。

研修会の開催

テーマⅡ「農業の情報化戦略」の事例ーー黒沢 不二男 氏
「農業の情報化戦略ー栗山町の事例ーー」佐々木 良氏
「生産者から見た農業の情報化」北野 亨氏
開催日時＝平成六年三月一日
（一）



▲ 3月1日～2日 札幌市で開催した「農業の情報化戦略」研修会

各種研修会・研究会への講師、報告者の派遣
道内の各地域で開催された、各種の研修会・研究会などの講師、報告者の派遣要請にお応えしました。平成五年度は十六件の要請に対し、それぞれのテーマに合わせ協力研究者や当研究所研究員等が対応しました。

掲示版

田町農協・参事)

おしらせ

五月十三日開催の総会で当研究所新役員が、次のとおり選任されました。

○野菜栽培研修会
議会
主催 新篠津村野菜生産連絡協
とき 平成六年三月二十四日
講師 富田 義昭（当研究所・
常務理事）

○富良野市農業講演会
主催 富良野市農民連盟協議会
とき 平成六年三月二十九日
テーマ 新農政における富良野農
業の課題と展望

各種研修会等への
講師派遣（一一～三月）

○第三回改良普及員経営部会
・研修会

主催 石狩支店 農務課
とき 平成六年二月二十一日
テーマ 農業労働力の問題点と地
域の取り組みについて
—最近の調査事例から—

話題提供者 富田 義昭（当研究
所・常務理事）

○厚沢部町そ菜協議会・研修会
主催 厚沢部町花き・そ菜連絡
研究会

とき 平成六年三月五日
テーマ 野菜と地域活動の活路を
求めて
進しますのでご協力をお願いします。

当研究所会員の
加入状況

平成五年度末現在の会員数は四
百六で、前年に対し二十七会員の
増となりました。その内訳は次の
とおりです。

| | | | | | |
|----|--------|----|------------|-------|---------------------|
| 団体 | 五十三会員 | 農協 | 百四 十七会員 | 市町村 | 七十三会員 |
| 個人 | 百三十三会員 | | | 坂本 | 外崎 |
| | | | | 坂本 | 哲郎 |
| | | | | 堀 | 足羽進三郎 |
| | | | | 牛山 | 向田 孝志 |
| | | | | 森田 | （北海道農業開発公社 理事長） |
| | | | | 武田 | （市民生協コープさっぽろ 会長） |
| | | | | 田島 | （農林漁業金融公庫 北海道支店長） |
| | | | | 近藤 | （北海道信連 副会長） |
| | | | | 牛山 | （拓殖大学北海道短期大学農経科 教授） |
| | | | | 芳雄 | （北海道厚生連 副会長） |
| | | | | 正忠 | （ホクレン 副会長） |
| | | | | 源一 | （北海道共済連 副会長） |
| | | | | 弘道 | （北海道厚生連 副会長） |
| | | | | 竹内 正一 | （北海道町村会 農林常任委員長） |
| | | | | 坂本 | （農林中央金庫 札幌支店長） |
| | | | | 坂本 | （農林中央金庫 札幌支店長） |
| | | | | 小林 秀敏 | （北海道農業共済組合連合会 会長） |
| | | | | 和夫 | （渡島大野農協 代表理事組合長） |

編集後記

平成コメ騒動なるマスクミニ新語が飛び交い、首相の突然の辞意表明から政局も大騒動の中、北国にもようやく遅い春が訪れた。札幌の積雪ゼロ記録は四月十三日午後三時、平年より十二日遅れとなつた。上川や後志など記録的な大雪に見舞われた地帯は、さらに遅い春を迎える各地の農耕作業は、短期

間の中で急ピッチに進められている。野山はもとより家々の庭先や街のなかにも、春の花が咲き競つてゐる季節に、本号は「花」特集を編んでみた。花き産業の明日へ向けての、幾ばくかの参考になつてほしいと思う。



執筆いただいた諸氏には、年度替わりのご多忙な中でのご協力に深く感謝したい。

今年の暖候期気象も、「解説」欄で詳しく述べられているとおり、予断を許さないようである。とすれば、予防措置を十全に備え、昨年のような被害を回避する心構えが必要では

なかろうか。

なお、本誌に対する読者諸氏のご意見を得るべく、アンケート票を収集中である。引き続き建設的なご提案をお願いしたい。時代のニーズにもとづいた「会報」を目指したいと思うゆえにである。

次号は「農業情報」を特集テーマに、八月発刊の予定である。読者諸氏の期待に応えるべく努めていきたい。

(K.T.)

DATA FILE

関連事項/DATA

北海道大学農学部
〒060 札幌市北区北9条西9丁目
☎011(716)2111

帝塚山学院大学
〒589 大阪狭山市今熊2丁目1823番地
☎0723(65)0865

スズキフロリスト
〒104 東京都中央区銀座3-19-9
☎03(3541)8700

株式会社アイムコーポレイション
〒143 東京都大田区東海3丁目6番3号
☎03(5492)4035

株式会社 大田花き
〒143 東京都大田区東海2丁目2番1号
☎03(3799)5000

当麻農業協同組合
〒078-13 上川郡当麻町4条東3丁目4番6号
☎0166(84)2121

北海道立上川農業試験場
〒078-03 上川郡比布町南1線5号
☎0166(85)2200

北海道大学経済学部
〒060 札幌市北区北9条西7丁目
☎011(716)2111

札幌管区気象台
〒060 札幌市中央区北2条西18丁目
☎011(611)6121

全農食品株式会社
〒151 東京都渋谷区千駄ヶ谷5-27-13
☎03(3350)2177

ホクレン農業協同組合連合会
〒060-91 札幌市中央区北4条西1丁目
☎011(231)2111

日本ユニシステム株式会社
〒101 東京都千代田区三崎町2-4-1 TUG-1ビル
☎03(3221)0811

特定のメーカーに属さない、 完全独立のコンピュータコンサルタント

ISC 株情報システムコンサルタント

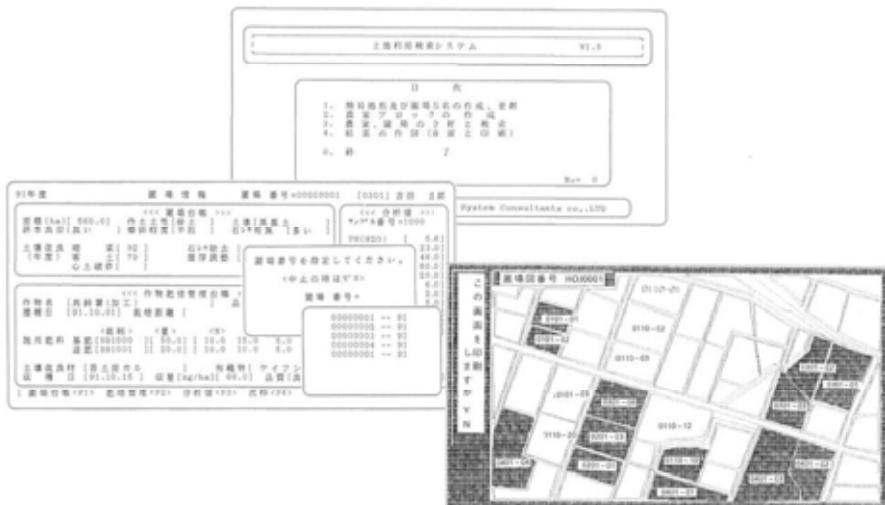
Information system consultant CO.,LTD

主要業務

- ◇コンピュータ導入時のコンサルタント業務（メーカーへの仕様書、導入計画策定など）
- ◇ソフトウェアの開発（開発計画、開発、既存ソフトウェアの調査など）
- ◇システムの運用指導

地域内の土地利用計画や農家のほ場データの管理に 『農地総合管理システム』

開発協力：（社）北海道地域農業研究所



- ・耕地面積、貸貸、受委託などの農家別データ管理
- ・地区内の耕地図（概念図）管理
- ・一筆ごとの土壌調査・分析・肥培管理などの履歴データ管理
- ・対応機種 PC9801 シリーズ

ISC Information system consultant CO.,LTD

株情報システムコンサルタント

札幌市白石区南郷通19丁目北1-31 豊川ビル3F

☎ (011)865-8272 FAX (011)865-6596



活力ある明日の農業・農村を拓くため

農地の効率利用を促進する 農地保有合理化促進事業

この事業は、農地を買入・借入れし、集団化や開発造成を行って、規模を拡大したい方や新規就農者に売り渡し・貸付を行うものです。

(財) 北海道農業開発公社

060 札幌市中央区北5条西6丁目 農地開発センター内
TEL 011(271)2231