

## エアリーフローラとは

- 農林総合研究センターが開発した石川県オリジナルのフリージアで平成25年に品種登録。
- 冬季寡日照の北陸の気象条件でもビニールハウスで栽培が可能で、卒業・入学式などの春の需要期(3~4月)に出荷できる。



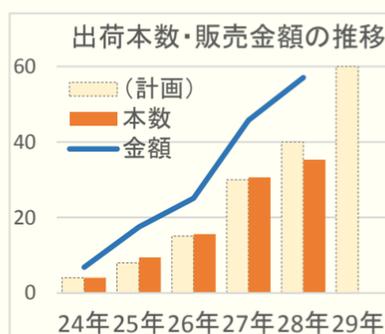
パープル イエロー ローズ ピンク オレンジ ピーチ レッド

## 生産目標

■花き生産額が全国下位にある中、特徴ある品目の生産振興を図るとともに花への関心を高めるためのシンボルフラワー育成が必要

年産	H24年産	25年産	26年産	27年産	28年産	29年産
販売量	40	94	160	306	353	600(目標)

(千本)



## ブランド化の推進方向

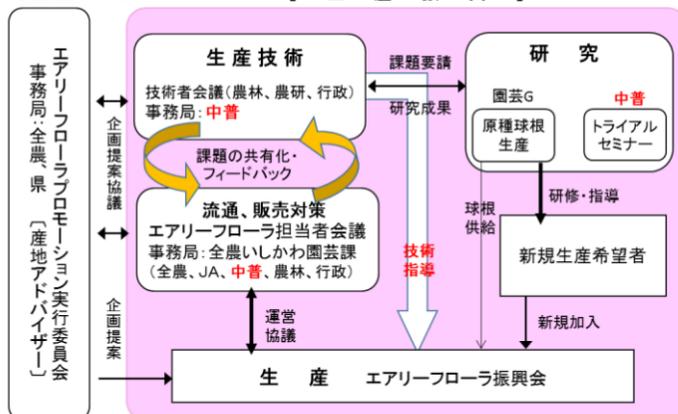
- 春のシーズンに咲く、卒業、入学、結婚など人生の門出を祝うシーンでの「旅立ちを祝う花」
- 普段は花を買わない人への新しい提案として、女性企業家らによるPR戦略研究会で策定した「いいこと、またひとつ。」  
ターゲット→「ちょっとだけ自信を失っている人」  
自分を励ましたい人、チャレンジする勇気が必要な人

## 背景と問題点

### 【背景】

- 県と全農は生産振興と販売促進の役割分担を図り、ブランディング戦略に基づいたPR活動を共に展開。  
中央普及支援センター(以下、中普)は活動の両輪をつなぐ役割を担ってきた。
- また県の研究職員と農林の普及職員からなる技術者会議を統括するとともに、生産者組織の設立運営や出荷規格、生産計画など流通販売対策を担う担当者会議の活動支援を実施。

【販売促進・PR】 【生産振興】



### 【問題点】

#### <生産面>

- 出荷量の拡大には、施設花き農家だけでなく、野菜や水稻農家への作付拡大が必要となっている。
- 生産拡大のための球根増殖と供給体制の確立が課題。
- 需要拡大のため、12~4月の長期間安定的に出荷することが不可欠。特に3月上旬に出荷する促成栽培の技術課題を解決することが急務。

#### <販売面>

- 高品質安定生産はもとより、カラーバリエーションの豊富さを生かし、他県産フリージアとの差別化が必要。

## 課題

## 普及活動の内容(H25~28)

### ◎中心となる担い手の明確化と技術確立

#### 1 新たな担い手育成による出荷本数の拡大

- 推進対象の絞り込みについて普及指導員と検討・合意形成を図り、一体的に推進
- トライアルセミナーの企画運営による新規栽培者の育成
- 水稻育苗箱栽培の研究課題化や栽培マニュアルを作成
- 水稻経営体の大規模モデル実証ほ設置



トライアルセミナー

#### 2 自家球根養成技術の確立による生産継続への支援

自家球根養成における施肥基準やウイルス診断等普及指導員への技術指導



花卉のウイルス症状

#### 3 実需者ニーズを踏まえた生産計画の策定

- 最低作付球根数の取り決めや販売計画に基づいた作型比率の検証
- 促成作型など技術的課題の共有化と早期解決に向けた技術者会議の開催
- 3月上旬出荷作型(促成作型)の導入喚起

#### 4 エアリーフローラ振興会の設立と育成支援

- 生産者役員・JA営農指導員の役割明確化による活動強化
- ブランド管理の優良産地事例の情報収集と産地誘導
- 出荷講習会等振興会行事の適時的確な開催

生産体制の整備と担い手育成による生産拡大

積極的な戦略展開によるブランド化

### ◎ターゲットに応じた販売戦略の実施

#### 1 ブランド化戦略に基づく効果的なPR活動の実施

- ブランドアドバイザー、プロモーション実行委員会によるブランドコンセプトの明確化(前掲)を支援
- 名称選定からの話題づくりやフラワーバレンタイン等一般消費者向けのイベント、コンセプトに沿ったPRグッズの企画立案に参画



フラワーバレンタイン

#### 2 対象に応じた販促活動の実施

- 地元市場での品評会開催や県内取扱い生花店のHPへの登録
- 首都圏と関西の花き市場における展示会や生花店でのフェアを開催



生花店でのフェア

## 活動の成果

### ●出荷本数の増加

- 出荷本数は平成27年産まで順調に伸びたが、28年産は鈍化

### ●大規模生産者の育成

- 5万~10万本生産者育成を目指した。育苗箱栽培による大規模実証ほ(1万本以上)を6法人に設置



箱栽培の大規模実証ほ

### ●出荷期間の拡大

- 促成作型比率が41%に向上(目標40%)



設立総会(H25.7)

### ●広域出荷体制の構築

- 花きでは初めての県域での生産者組織を発足
- 地区別の出荷時の品質検査に基づく広域共販体制の整備



選別荷造り研修会の様子

## 今後の課題

### ◎再生産意欲のある担い手の育成と生産課題の解決

- 水稻箱栽培技術の確立
- 促成作型における出荷率向上(実績51%→目標70%)

### ◎大規模生産者の育成

- 選花機の導入や適切な労働配置と作業改善による効率的な出荷作業体制の確立



長さによる切花選別機

- 育苗箱栽培における球根増殖技術の安定化
- 生花店や消費者のニーズに応じた出荷形態の検討(葉の必要性や花のサイズによる区分等を検討)

### ◎出荷最盛期の県内需要掘起し

卒業式や入学式、送別会等への利用促進企画の実施



入学式で旅立ちをお祝い

### ◎新たな需要の喚起

コラボ商品やPRグッズによる話題作りの継続により、個人消費向け「いいこと、またひとつ」のコンセプトを浸透



伝統工芸品の一輪挿しコンテスト

### ●コンセプトの浸透

- コンテストでの入賞や専門誌への掲載、フルカラー出荷箱やリーフレットなどによって、生花店へ品質の良さや「旅立ちを祝う花」という商品キャラクターが浸透してきている。

### ●県民への周知

- 北陸新幹線金沢開業に花を添えるなど、マスコミを積極的に活用することで広く県民への周知につながった。

### ●異業種との連携構築

- 「香水」や和菓子業界とのコラボによる「辻占菓子」開発など異業種との連携構築を図った。



香水や和菓子などコラボ商品



ジャパンフラワーセレクション入賞



北陸新幹線金沢開業時のディスプレイ