

花き流通の業界事情（総括）

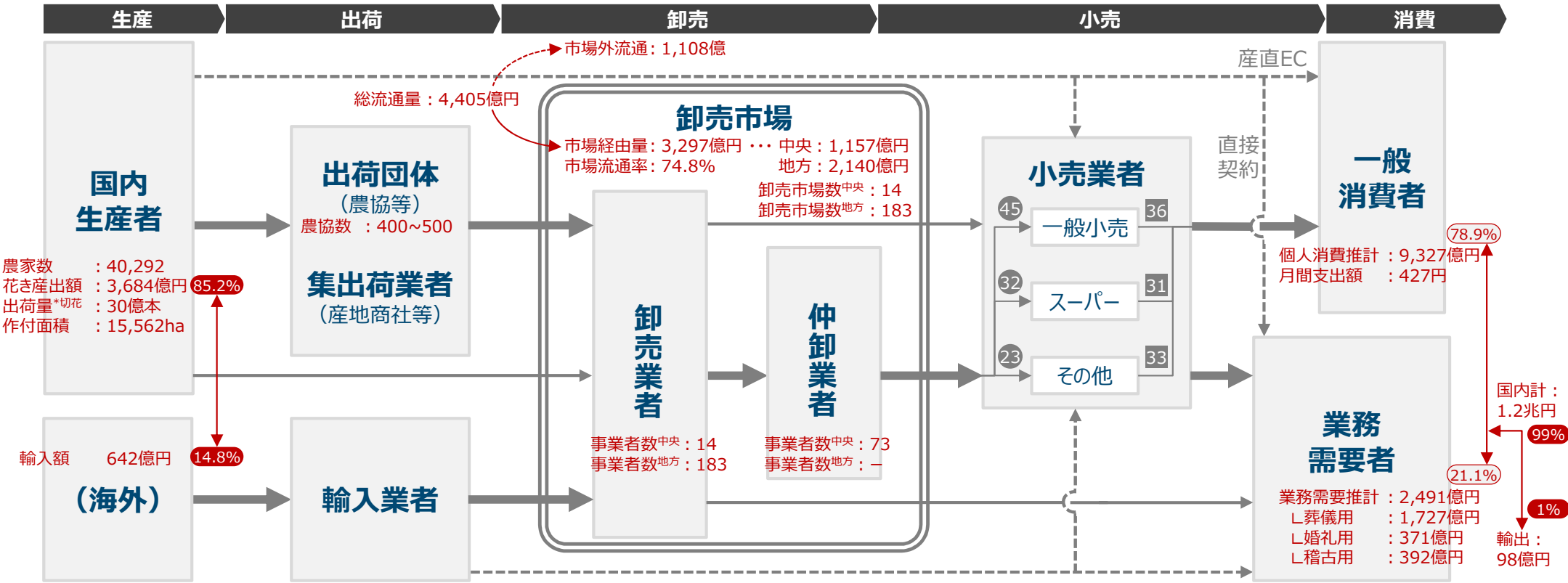
2025年11月

 **株式会社日本政策投資銀行**

 **株式会社日本経済研究所**
日本政策投資銀行グループ

花き業界の現状

上流	中流	下流
- 国内への花きの供給は、国内生産と輸入に分けられる。 - 産出額は3,648億円であり、国内供給の約85%。 - 農家数は約4万で零細が多い。そのため、JA等が出荷・販売業務を担っている。規模の大きい生産者の場合、自らが卸売市場に出荷を行うこともある。 2024年問題により、小規模な産地のミルクランによる集荷や、産地から卸売市場への長距離輸送が困難になる可能性が指摘されている。	- 総流通量のうち、75%が卸売市場を経由して流通する。これは他の農産物と比較して高い水準。 - 市場流通のうち、全国14か所の中央市場で1,000億円強、183の地方市場で2,000億円強を取り扱う。 - 大消費地を抱えた都市部の卸売市場は、日本全国から荷を集めている。 - 卸売業者から商品を購入した仲卸業者は、小売業者に販売する。売り先は一般小売が45%と最多。	- 国内消費は一般消費と業務消費に分けられ、概ね8:2の割合である。業務消費は葬儀用の比率が高い。 - 消費者の花きの購入先は、以前であれば“町のお花屋さん”だったが、スーパーや量販店でも扱われるようになって消費者との距離が縮まった。ECやサブスクリプションサービスも登場し、購買チャネルが多様化している。 - 輸出も行っているが、国内消費に比べると低比率。輸出拡大に向けた取組みが政策的に行われている。



数字で見る花き業界の変化

- ✿【供給】花きの産出額は2%減とほぼ横ばいだが、農家数の減少により出荷量は25%以上減少しており、単価上昇が市場規模を支えた構図。
- ✿【供給】切花の輸入額は25%以上増加したが、単価上昇の影響が大きく、輸入量としては2.7%の増加にとどまった。
- ✿【流通】流通量の減少により、卸売市場の取扱金額は約16%減少した。市場経由率も低下したが、それでも75%が卸売市場を介して流通。
- ✿【需要】花きの個人消費額は8.3%減少し、葬儀業務向け需要も11%減少した。

分類	項目	単位	過去		直近		変化	出所
供給	産出額（花き全体）	億円	3,761	(2012)	3,684	(2022)	▲2.0%	花木等生産状況調査
	産出額（切花）	億円	2,075	(2012)	2,113	(2022)	+1.8%	花木等生産状況調査
	出荷量	百万本	4,069	(2012)	3,133	(2022)	▲23.0%	花き生産出荷統計
	単価	円/本	51	(2012)	67	(2022)	+32.3%	産出額÷出荷量で計算
	産出額（鉢物）	億円	974	(2012)	965	(2022)	▲0.9%	花木等生産状況調査
	出荷量	百万鉢	247	(2012)	180	(2022)	▲27.1%	花き生産出荷統計
	単価	円/鉢	394	(2012)	535	(2022)	+35.8%	産出額÷出荷量で計算
	農家数	件	64,440	(2010)	40,292	(2020)	▲37.5%	農林業センサス
	輸入額（切花）	億円	374	(2014)	472	(2024)	+26.2%	貿易統計 HSコード0603
流通	輸入量	千トン	42,978	(2014)	44,141	(2024)	+2.7%	貿易統計 HSコード0603
	単価	円/kg	870	(2014)	1,069	(2024)	+22.9%	輸入額÷輸入単価で計算
	市場経由率	-	84.0%	(2011)	74.8%	(2021)	▲9.2pt	卸売市場データ集
	総流通額	億円	4,685	(2013)	4,405	(2021)	▲6.0%	卸売市場データ集
需要	卸売市場取扱額	億円	3,935	(2013)	3,295	(2022)	▲16.3%	卸売市場データ集
	個人消費	億円	9,308	(2014)	8,535	(2024)	▲8.3%	世帯当たりの支出額×世帯数で計算
	世帯当たりの支出額	円/世帯/年	16,635	(2014)	14,042	(2024)	▲15.6%	家計調査
	世帯数	百万世帯	56	(2014)	61	(2024)	+8.6%	住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数
	業務消費 結婚式	億円	266	(2010)	375	(2020)	+41.0%	特定サービス産業実態調査 経済構造実態調査
	葬儀	億円	1,949	(2010)	1,727	(2020)	▲11.4%	
	輸出額（切花）	億円	3	(2014)	16	(2024)	+382%	輸出額÷輸出単価で計算

※各データの時点が異なるため、上流から下流にかけて数値変動に整合性が得られていない場合がある

花き業界における課題と対応動向

分類L1	分類L2	課題	対応の取組み	課題対応の進捗・今後の方向性
供給	国内生産	後継者がいない65歳以上の生産者が全体の41%を占めており、 高齢化が著しい 。出荷量はこれまで減少基調にあったが、今後もこの傾向は継続する可能性が高い。	農水省のスマート農業実証プロジェクト等を通じて、技術導入により生産規模の拡大や生産性・収益性向上を目指す実証的な取り組みが行われている。農業機械やドローン、ロボット、情報システム等、多様な観点から検討が進められている。	△ 今後の生産者の廃業とそれに伴う出荷量の減少に対して、機械化・省力化・効率化技術により生産量を支えるには限界がある。また技術導入のハードルも高い。 スマート農業技術は、コストの高さ、操作・管理の難しさ、生産地での通信の安定性等、様々な問題が指摘されている。また、技術導入による効率化にはある程度の生産規模が必要だが、花きは零細農家が多く、親和性が必ずしも高くない。さらに、花きは多様な品種・品目で構成され、生産の条件もそれぞれ異なる。この性質が、機械化だけでなく規模の追求によりコストカットを目指す取組みの多くにとってハードルになる。青果物のように大規模な生産法人が登場していない理由の1つでもある。
	輸入	国内生産量の減少に対し、輸入花きにより需要に見合うだけの 供給量を維持 していくことが必要である。	国内流通量に対する輸入花きの比率は上昇しており、一部の品目で輸入依存度を高めている。国内の消費者ニーズに合った商品の生産に向けて、花きの輸入業者は 現地の契約農家に対して品質・規格指導や技術支援 等を行っている。	△ 輸入花きのシェアは今後も増加する可能性が高いものの、国内出荷量の減少を完全に補うには至らず、供給の逼迫は引き続き重要な課題になると考えられる。 花きは鮮度が重要であるため、リードタイムがかかる国際物流でコールドチェーンを維持しようとすると、物流コストが高騰する。検疫の厳しさや品種権も課題になりうる。また、品種・品目が多様であるがゆえに輸入ロットも小さくなりやすく、大量調達によりコストを薄めることも難しい。そもそも輸入品で代替できない品種・品目もある。 有識者へのヒアリングでは、コロナ禍により花き需要が増し、需給が逆転した（需要が供給を上回った）とされる。輸入花きについては、中南米、アジア、アフリカといった大産地の商品を世界中で取り合っている状況で、競争が激化しているとのコメントもあった。
流通	受発注	FAXやメール、電話等で受発注 が行われている（アンケート調査によるとFAXが最多の63%）。花きは品目、品種、等級、入数等の規格が多く、出荷先の市場も複数あり、生産者側での送り状の作成やFAXで受信した市場側での情報入力に時間を要している。受発注を行うシステム（EDI）で効率化することができるが、以下のような課題がある。 i) まずは情報のデジタル化が必要 ii) 事業者間で情報連携する際の帳票や仕切り書の項目や記載内容を揃えることが必要 iii) 既に導入されているEDIが事業者ごとに異なっており、標準的なフォーマットを整備することが必要	i)について、花き業界全体の共通用語となる「 日本花き取引コード（JFコード） 」が策定され商品情報が統一されたコードでデジタル化されるようになった。 ii)について、2023年、花き流通標準化検討会で「 花き流通標準化ガイドライン 」が策定され、帳票や売買仕切書に織り込むべき標準項目がまとめられた。 iii)について、汎用性のあるEDIを構築する必要性から、日本花き卸売市場協会が「 花きEDI標準フォーマット仕様書 」を策定。改訂版となるVer.1.2では、JFコードやフロリスネットで使用されているコード等、システム間の連携を念頭に既存のコードが積極的に活用されている。このVer.1.2の仕様書に基づいて、EDIを開発する取組みが行われている。	◎ EDIシステムによる流通の効率化は、今後大きく進展すると考えられる。 既存のプレイヤーの多くが使っているVer.1.2以前の旧バージョン対応のシステムからVer.1.2対応のシステムに切り替わっていくことで、業界のデジタル化は大きく進展する可能性がある。既に導入されているシステムとの連携も可能でVer.1.2形式への変換や情報のやり取りをすることができるEDIプラットフォームの登場により、業界全体における受発注業務を効率化する可能性がある。ただし、既存のシステムと連携するには、個別に変換プログラムを記述する必要があったり、既存システムの改修コストがかかる等、現状は課題もあるとされる。 ※現状、EDIには比較の出荷規模の大きいJA（出荷団体）向けの「フロリスネット」、各卸売市場がリリースしているアプリ、出荷者と卸売市場で個別に通信仕様を定めた個別EDI等がある。
	省力化・機械化	物流現場には、荷役や検品以外にも アナログで非効率な業務 が数多く存在しており、荷役機械や省力化ツール等により生産性を高めていくことが必要	卸売市場におけるセリは商品の展示や入替え等で工数がかかるものだったが、 機械セリ・デジタルセリ の導入により業務を効率化したり、 オンラインセリ の導入により自宅からセリに参加することができる仕組みを整える卸売市場が出てきている。	○ 従来の手ゼリは減少していく可能性が高い。 熟練と経験、勘が重要とされる従来の手ゼリは、継承が難しく誰でもできるわけではないため、人手不足や高齢化を背景に、徐々に減少していく可能性が高い。ただし、新しいセリの仕組みは導入にはコストがかかるため、市場ごとの経済状況にもよる。市場関係者へのヒアリングでは、オンラインセリはシステムの維持費が高く、更新のタイミングでやめるかもしれないとのコメントが聞かれた。一方で、オンラインセリに一本化することができれば、従来のセリで使っていた場所を他の用途で使うことができたり、市場内の物流動線を効率化する、新しい機能を導入できる等のメリットもある。

花き業界における課題と対応動向

分類L1	分類L2	課題	対応の取組み	課題対応の進捗・今後の方向性	
流通 (続き)	手荷役・荷待ち	トラックドライバーは長時間労働や低賃金等、過酷な労働条件により人手不足が深刻である。2024年問題を受けて、トラックドライバーがコア業務である運転（輸送）に注力できるよう、 待機時間を削減する ことが必要である。	卸売市場が 予約受付システム を導入することにより、待機時間の削減が図られている。	◎	予約受付システムを導入する市場は今後増えていくと考えられる。 有識者へのヒアリングでは、現状はシステムを導入している花き市場は少ないとされるが、予約受付システムは、政府が発表した「物流の適正化・生産性向上に向けた荷主事業者・物流事業者の取組に関するガイドライン」にも推奨事項として記載されており、日本花き卸売市場協会が策定した「自主行動計画」にも明記されているので、これを踏まえて導入する市場は増えていく可能性が高い。予約受付システムを導入しても、1時間以上の待機時間が発生した実例も報告されているが、適切に導入すれば待機時間は減少するというのが一般的な理解であり、物流施設で導入実績が積みあがっていることから、システムの効果そのものに疑いの余地はない。
		花きを含む農産物では 検品に係る工数が大きく 、トラックドライバーの労働時間を圧迫している。	バーコードやQRコード、RFID を用いて商品情報をIT端末で取得し検品する取組みが行われている。	◎	IT端末を用いた検品は一部で導入が進んでおり、今後さらに拡大すると考えられる。 RFIDについてはまだ実証レベルとされ、スキャンの指向性、正確性、システム面の使いやすさ、ソースマーキングの簡易化等に改善の余地がある。バーコードやQRコードによる検品は倉庫業務等で既に使用されており、既に普及している技術。コスト障壁がそれほど高くないことから、導入拡大が期待される。
		手作業での荷役や積み替えといった重労働 に長時間を要し、ドライバーへの負荷が大きく、効率が悪い。	2023年、花き流通標準化検討会で「 花き流通標準化ガイドライン 」が策定。台車やパレットといった流通資材や外装の標準サイズがまとめられた。台車やパレットの導入により、荷扱い業務の効率化を図る取組みが行われている。	○	台車やパレットの導入状況は、全体の中ではまだ低い割合。課題はあるが今後一定程度は普及すると考えられる。 台車やパレットを試行的に導入して業務時間の削減効果を測定した事例が多数報告されており、それらによると、標準化されたパレットや台車により荷役業務は効率化される。ただし事業者目線では、積載率の低下やパレットの管理・回収工数、積み付け工数等が懸念されている。また台車の場合も、帰り便で運べる荷がなくなる、積合せ輸送・共同輸送が難しくなる等の課題が指摘されている。
	長距離輸送	花きの流通では、産地から卸売市場の出荷で 長距離輸送 となる場合がある。2024年問題によりトラックドライバーの労働時間が制限されたことで、輸送が困難になる可能性がある。もしくはリードタイムの延長や大幅な物流コスト増を伴う可能性がある。	物流ルート上の1日に走行可能な範囲内に中継拠点を設けて長距離区間を分割し、複数のドライバーが輸送を担う「 中継輸送 」の実証的な取組みが行われている。これにより、ドライバーの拘束時間を削減することができる。	○	中継輸送の取組みは今後増えると考えられる。 中継拠点を整備する必要があり、中継拠点で荷の積み替え等が発生するケースが多い。温度・湿度の管理が重要で、ダメージに弱い花きの特性も考慮し、物流品質の維持が課題。中継拠点を単なるドライバー交代の場としてでなく、予冷設備等を導入してストックポイント・ピックアップポイントとしての活用も同時に図ることで、荷の集約や分配、共同輸配送の拠点として機能させることも可能となり、活用の幅が広がる。
			より近場の市場に出荷することで、長距離輸送が発生しないよう、 流通プロセスを見直す 取組みが行われている。	△	出荷先市場を見直す等による流通効率化は、現状限定的。 地産地消の推進により長距離輸送を回避し、より効率的な流通プロセスを構築することは合理的である。しかし、大量の荷を扱うことができ、高値で取引できる都市部の大規模市場は生産者にとっても重要な存在。ヒアリングでは、「大田（東京）に送らないという選択肢はない」とのコメントも聞かれた。
			モーダルシフト により、船舶で花きを輸送する取組みが行われている。	○	利用可能な産地は限られるが、モーダルシフトは広がっていくと考えられる。 産地側と出荷先付近に定期船航路が開通されていて、使いやすい時間帯に便があるが必要になる。その上で、トラックよりも長くなりやすいリードタイムやコスト面で折り合いが付けられるかがポイント。産地・港湾に予冷施設を導入する等、コールドチェーンの整備が前提となる可能性がある。

花き業界における課題と対応動向

分類L1	分類L2	課題	対応の取組み	課題対応の進捗・今後の方向性
流通 (続き)	積載率	各集出荷場から卸売市場に向けて個別に出荷するため低積載率になる。かと言って1台のトラックで集出荷場を巡って集荷する場合、小ロットの荷役業務が連続し、作業時間が長くなる等、物流事業者への負担が大きい。輸送効率が高くない産地では、既に物流事業者から集荷を断られるといった事態も発生しているとされる。	卸売市場に出荷される商品を産地のストックポイントに集約して積み合せ、首都圏に輸送する取組みが行われている。1台の車で各集出荷場を巡回集荷した場合と比べて作業時間が短縮し、ドライバーが輸送に充てられる時間が長くなる。また、複数の集出荷場の荷物を積み合わせるため、それぞれ単独で出荷する場合と比べて積載率が向上する。	◎ ストックポイントを活用した共同輸送は、今後さらに重要性が増す。 生産者の減少により、供給ポイントの離散化が進む可能性が非常に高く、荷を集めてまとめ、一括して輸送する流通プロセスは今後不可欠になっていくと料される。品質面等への懸念から現在あまり行われていないが、送付先が卸売市場であることから、青果物との共同輸送（積み合せ輸送）に可能性を感じている事業者もいる模様。ストックポイントで追加発生する荷役や管理業務に係る産地側の人件費コスト、リードタイムが伸びるといった問題点も指摘されているが、これらを踏まえてもストックポイントの設置による流通プロセスの再構築と輸送効率向上は有意義な取組みと考えられる。
		花き（切花）は容量勝ちの貨物のため、トラックの積載率を高めることが難しい。（トラックの荷室いっぱい荷物積んでもトラックの可載重量を使い切れない）	予約による注文販売により商品を短茎化し、併せて出荷箱を小型化することで積載率を高める取組みが行われている。出荷者は、卸売市場に出荷した商品を誰が購入するか事前に把握できないため、長めの茎の長さで出荷するが、予約注文にすることで出荷先のニーズに見合った商品、出荷形態を選択することができるようになった。	○ 適切な外装の選択による物流効率化は、標準化の文脈でも重要である。 短茎化は出荷規格の変更を伴うため、事前に発注情報を把握できる予約注文でなければ、実施は難しいことが想像される。しかし予約注文でなくても、状況に応じて最適な外装を選択して物流効率を高めることは重要である。ただし、花き流通標準化ガイドラインで推奨されているサイズから選択する等、標準化の取組みとの整合性を確保することもまた重要である。
	実車率	産地から市場へ花きを出荷したトラックが帰り便で荷を取れず、片荷となるため全体の積載効率が落ちている。	帰り荷の区間で輸送ニーズがあるパートナーとの異業種間連携により、往復での積載運行を可能とする「往復マッチング」を実施した事例があり、実車率（全走行距離に対する積載走行距離の比率）が改善したことが報告されている。	△ 実現には様々な課題がある。 定期往復マッチングは、行きと帰りで異なる荷主の荷物を運ぶ取組みであり、共同物流の一種だが、異業種連携が必要になる場合が多いのが難点である。異業種の荷主同士は接点を持ちづらく、物流共同化の会話が生まれる機会が限られる。その上で、荷物の条件（ロットサイズ、車両とのマッチング等）や輸送の条件（発着時間、リードタイム等）、物流品質、コスト負担といった様々な論点で折り合いをつける必要があり、実現のハードルが高い。
需要	国内消費	コロナ禍以降、花きの需要は上向しているが、全体として消費量は減少トレンドにある。2009年から2019年の間で花きに対する世帯当たりの支出額は22%も下がっており、需要の喚起、創出が求められる。	子供への情操教育として花を活用する「花育（はないく）」や、地域振興への花の活用、毎週少量の花を自宅に届けてくれる「花のサブスクサービス」、SNSでのPR活動等、多様な観点から取組みが行われている。	○ 花きの需要増進は、花の価値そのものの向上や、営農者の維持・参入のために重要であり、今後も様々な施策・サービスが展開されることが期待される。 花きは他の農産物と違って胃袋を満たすものではないため、人口やカロリーベースで消費上限が規定されない。花きのもつ情緒的・文化的価値は、社会的なムーブメントや演出によって拡大することが可能と考えられる。供給が先細る可能性が高い中で需要喚起することについては懐疑的な見方でもできるが、需要を高めることで既存農家の継続意欲も高まり、新規就農者が増えることも期待される。また消費者にととの「花きに支払っても良い価格」が上があれば、少ない流通量でも経済的に成立するエコシステムを描ける可能性もある。
	輸出	国内需要が減退する一方、海外からの国産花きへの評価は高い。また、政府が掲げる「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」において、切花は輸出重点品目に位置づけられ、2025年に輸出額18.8億円を目指す（2019年の実績：8.8億円）こととされており、輸出拡大に向けた販路開拓やPR活動が必要である。	生産から販売に至る関係者で構成される「全国花き輸出拡大協議会」が国際見本市や展示会への出展を通じて日本産花きのPR活動を行ったり、新規輸出国開拓に向けた市場調査等を実施している。	○ 輸出拡大の目標値（18.8億円）に対し、2023年の実績は17.1億円（前年比+12.8%）となり、目標に向けて堅調に推移した。 輸出拡大は、生産者にとっては販路拡大の機会であり、国内の市場価格よりも高値で取引されることが多いため、収益改善にもつながる。これは、営農者の維持・参入モチベーションにも関わるため、継続してオールジャパンで取組みを進めていくことが期待される。

花き業界への期待と展望

分類	期待と展望
供給	高齢生産者の廃業により、国内供給量の減少は今後も継続する可能性が非常に高い。
	✳️多品種・多品目のため、青果物のような大規模生産や機械化、自動化による効率化が進みにくい。 ✳️輸入量は増えていく可能性があるが、世界全体で供給が逼迫している可能性があり、国内生産の減少を補うのは難しいと考えられる。
流通	卸売市場の取扱量は減少しているが、市場が流通の要であり重要な存在であることに変わりはない。ただし、物流の効率化に向けた取組みを推進し、持続可能な市場流通の在り方を模索する必要がある。
	✳️高齢農家の退出により供給点が減少し、物流効率の悪い（物流密度の低い）産地が増加すると考えられ、従来のような卸売市場への直送は困難になっていく。荷の集約や分配を行うストックポイント、もしくは中継拠点を設置し、流通ネットワークを再構築する必要性に直面する可能性が高い。 ✳️ストックポイントや中継拠点により輸送区間が分割され、それぞれを別の物流事業者が輸送を担ったり、合積みにして輸送を行う取組み（共同物流）が増加すると考えられ、荷役作業効率化のため、流通資材や荷姿を標準化することが一層重要になる。 ✳️これまで進められてきた取組み（コード、フォーマット等の統一化）が結実し、システムが効率化を大きく進展させる。零細な農家が多い国内生産より、商社が介在する輸入の方がIT化のハードルが低く、輸入品においてシステム化が先行する可能性がある。 ✳️国内供給量の減少に伴い、業界再編が起こる可能性がある。卸売市場においては、大規模市場を核とした広域連携やストックポイント等への機能転換、大規模市場への統合等が考えられる。物流事業者においては、特に遠隔地の小規模事業者でコスト面が厳しくなることが考えられ、大手事業者への参入や廃業、アセット（トラック・物流施設）の共同化等が考えられる。
需要	これまで減少基調にあった花きの需要が急速に高まっており、花の価値向上が業界全体の活性化につながることを期待される。
	✳️花きの需要拡大に向けた取組みによって“花の価値”が高まり、流通に関わる各事業者にとって適切な形で還元されることで、少ない取引量でも経済的に成立するエコシステムへ移行していく可能性がある。 ✳️また、この動きが既存農家の維持や新規農家・法人の参入を促進し、花き業界全体の活性化につながることが望まれる。

花き流通の業界事情（調査資料）

2025年4月

 **DBJ** 株式会社日本政策投資銀行

 **DBJ** 株式会社日本経済研究所
日本政策投資銀行グループ

1. 花き流通の現状

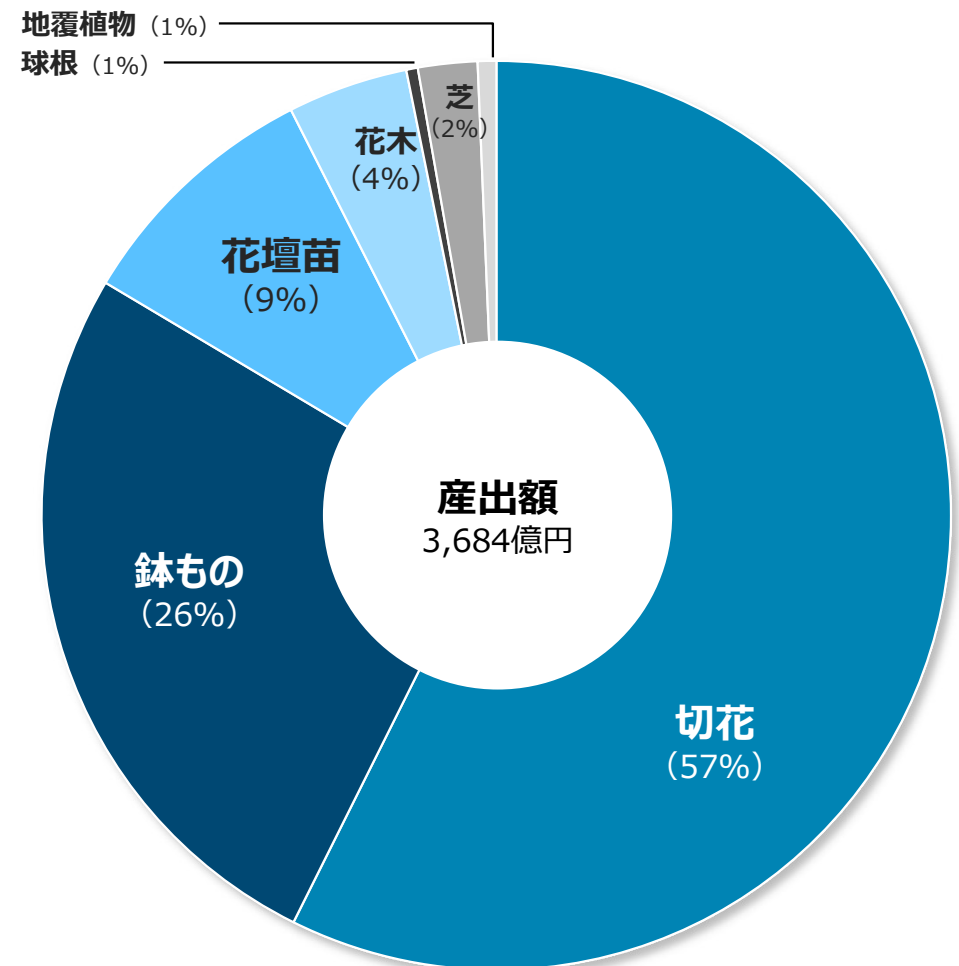
“花き”とは

- 「花き」とは、観賞の用に供される植物であり、切花類をはじめとする7つに分類される
- 7つの分類の産出額は切花類が過半を占め、次いで鉢ものの類、花壇用苗ものの類のシェアが大きい

花きの分類*1



花きの産出額（2022年産）*2



*1農林水産省公表情報 よりJERI作成

*2農林水産省 花木等生産状況調査 よりJERI作成

1. 花き流通の現状

花き流通の特徴

- 花きは日持ちせず暑さに弱いため温度管理が重要な商品特性があり、生産から消費に至るまで多品種小ロットで流通
- 卸売市場を介することで多種多様な花きが流通されているが、生産量の減少や物流・情報伝達の低効率などの課題が存在

サプライチェーン全体

商品特性（切花）

- ・商品が傷つきやすく日持ちしないため、鮮度が重視される
（暑さに弱く、時間の経過とともに鮮度低下）

物流特性

- ・温度管理が重要
- ・配送リードタイムが短い
- ・手積荷役作業が多く、荷姿は商品によってバラバラ

情報伝達

- ・コードの標準化及びデジタル化に遅れ

生産～出荷

生産地・生産者

- ・産地は日本全国に広く分散
- ・品目が多くロットが小さい
- ・生産量は季節・天候で変動
- ・生産者と生産量が減少中

集荷・出荷

- ・荷待ちや長距離輸送によるドライバーの平均拘束時間が長い
- ・出荷先市場の絞り込みが発生
- ・帰り荷がなかったり小ロット多頻度の輸送が求められる

卸売

卸売市場

- ・卸売市場を介した流通が主流
- ・取扱量は大規模市場へ集中（市場間の規模格差拡大）
- ・競り下げ方式：セリ時間が短縮
- ・セリ取引は減少し、相対取引が増加
- ・卸売先は売買参加者（小売店等）の割合が高く、小ロット取引が多い
- ・文字情報のみで成立する取引が多い
- ・2020年6月に卸売市場法の改正が施行され、市場開設や取引の自由度が向上

小売～消費

流通特性・販売チャネル

- ・豊富な品揃えが必要
- ・店頭販売が大半、ネット販売も徐々に伸長
- ・販売チャネルは花き小売店専門店の割合が減少、ホームセンターやスーパーが台頭

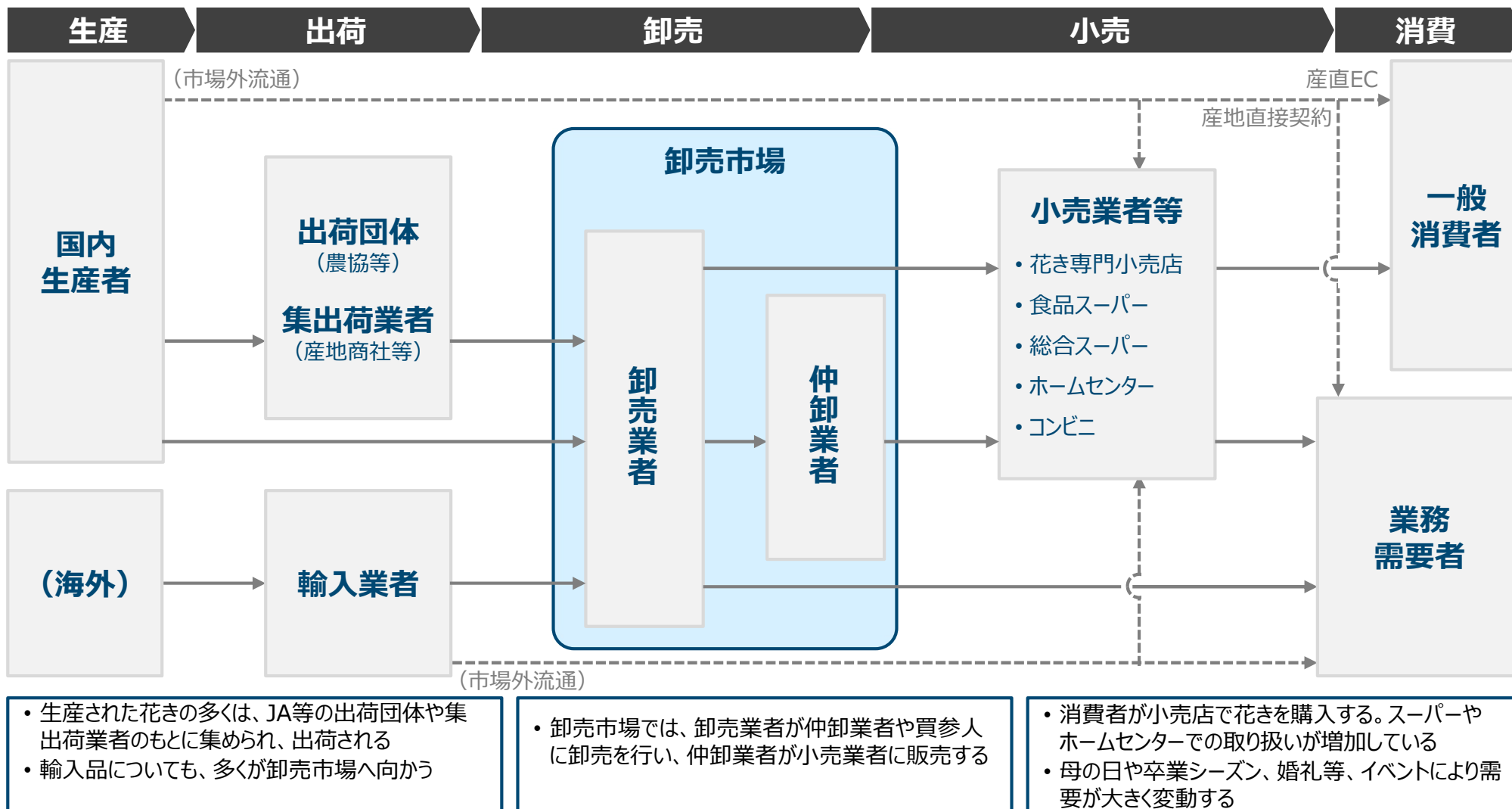
消費特性・動向

- ・消費も多品目小ロット
- ・用途は冠婚葬祭、贈答用、装飾など様々あり、嗜好性が高い
- ・需要が物日（母の日、彼岸・盆、クリスマス等）に集中

1. 花き流通の現状

流通プロセス

- 花きは他の一次産品と比較して市場経由率が高く、卸売市場が果たす役割が大きいとされている
- 一方で、市場外流通も増加傾向にあり、流通チャネルが多様化している

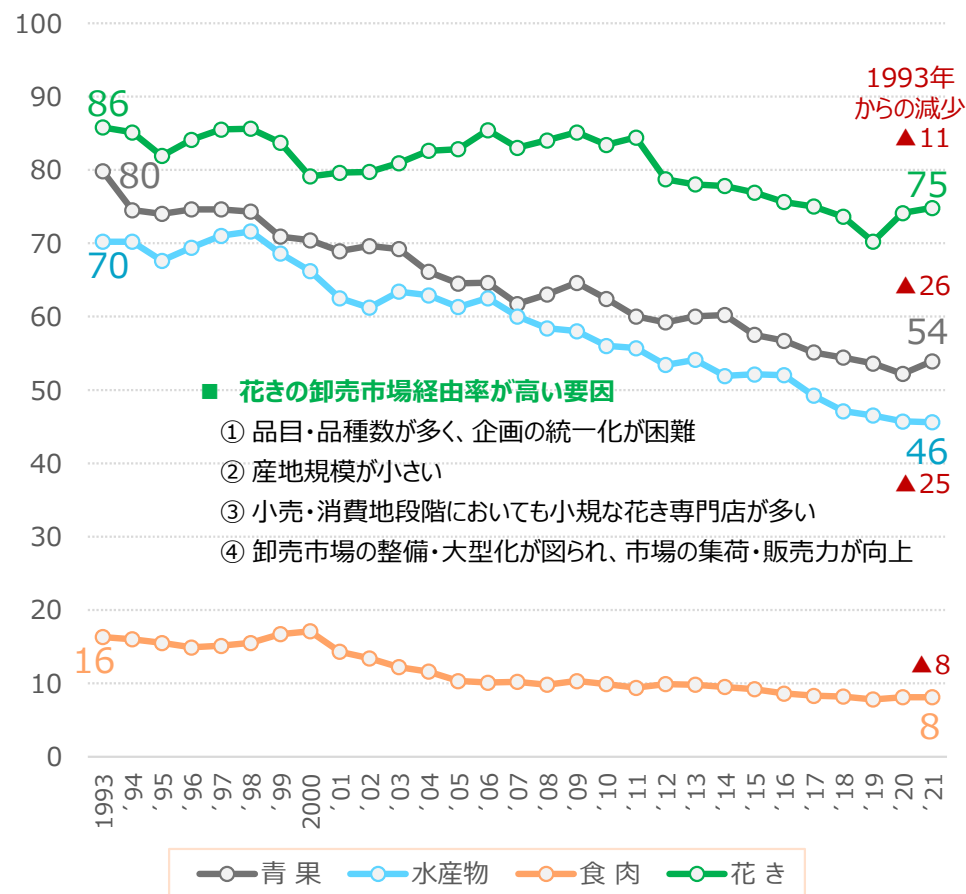


1. 花き流通の現状

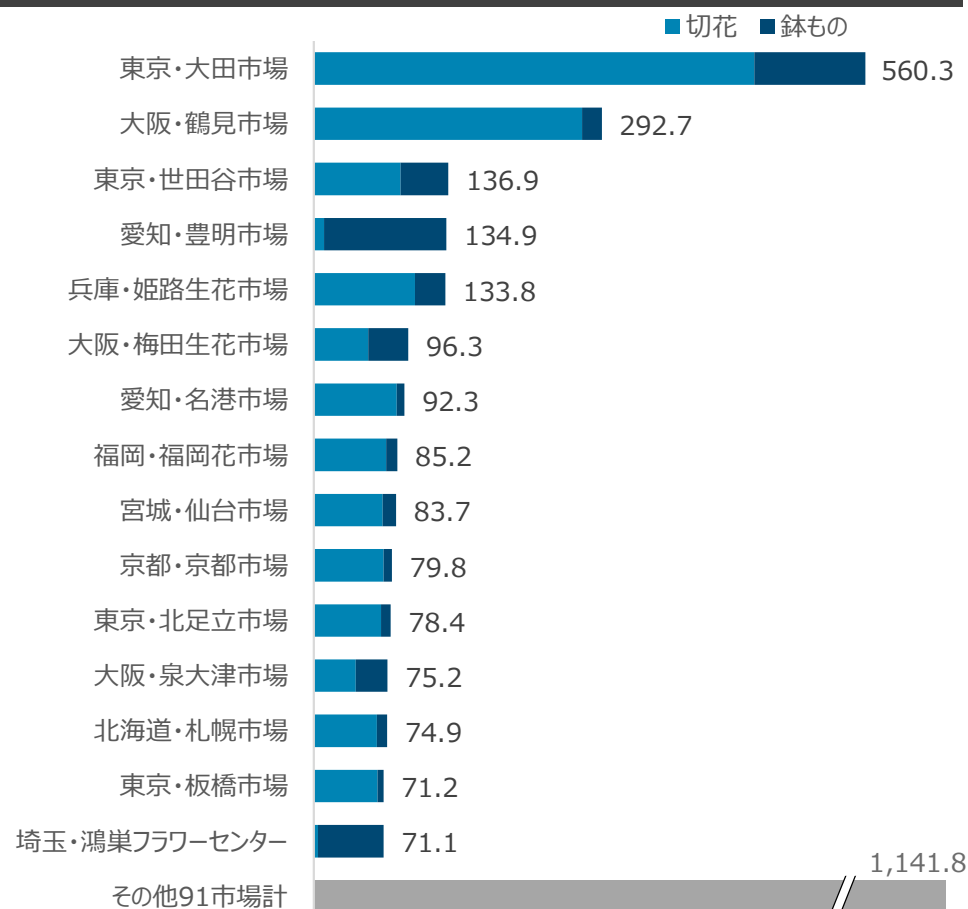
花き卸売市場

- 花きの卸売市場経由率は減少傾向だが依然として高い水準であり、花き流通において卸売市場が果たす役割が大きい
- 東京・大田市場や大阪・鶴見市場、愛知・豊明市場など、都市部の市場で取扱が多く、上位15市場が全体の約6割
- 一方、その他91市場も約4割を構成しており、東京・大阪・愛知への集中傾向と地方の分散傾向が共存している

卸売市場経由率（％）＊1



2023年の市場別取扱額（億円）＊2



＊1農林水産省 令和5年度卸売市場データ集

＊2日本花き卸売市場協会 花き流通調査概要2023年 よりJERI作成 | 切花と鉢ものの合計の取扱額が70億円以上の市場を抜粋

1. 花き流通の現状

花き卸売市場における変化

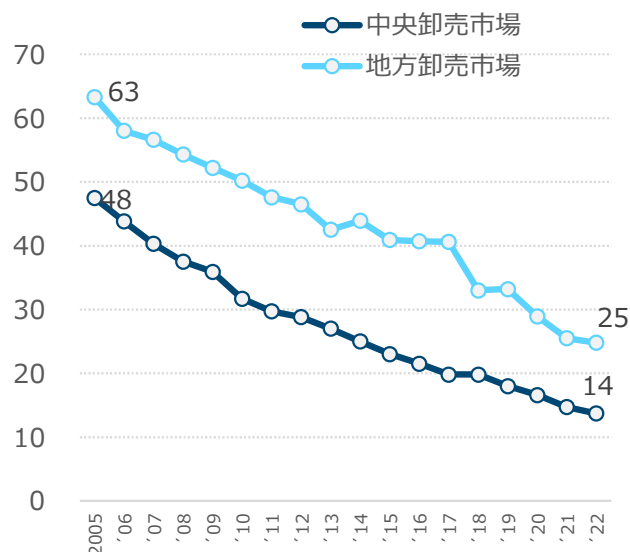
- 卸売市場においても、卸売市場法改正、セリ取引の減少や機械セリの増加、様々な変化がある

卸売市場法改正 *1

項目	改正前	改正後
市場開設	許可	認定
関係者 ・ 卸売業者 ・ 仲卸業者 ・ 売買参加者	許可・承認 ・ 農水省 ・ 開設者 ・ 開設者	特段の規定なし
取引規定 ・ 第三者販売 ・ 直荷引き ・ 商物一致 ・ 自己買受け	原則禁止	市場関係者で協議、必要に応じて設定

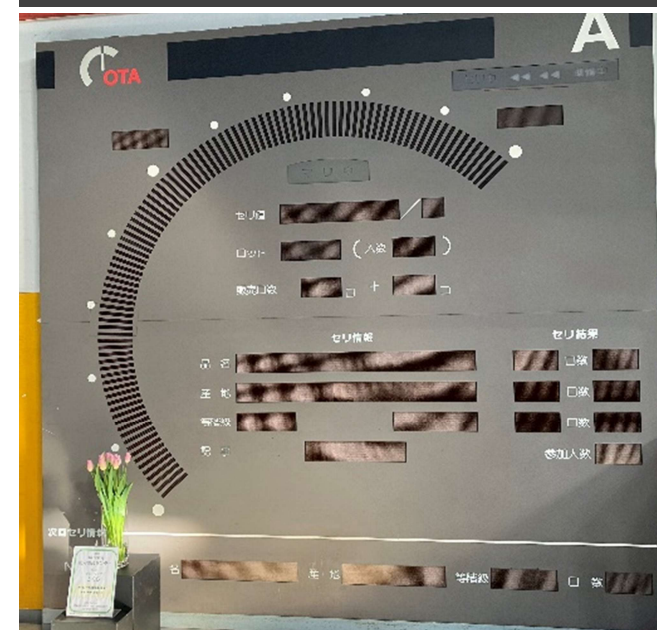
- ・ 2020年に卸売市場法の改正が施行され、卸売市場開設の自由度が向上
- ・ 法律により規定されていた市場関係者について、特に制度としての規定はなくなり、市場毎のルールによって運用
- ・ 第三者販売や商物一致などの原則解除により、取引の自由度も向上

セリ取引の減少 (%) *1



- ・ セリ減少に伴い相対取引が増加
- ・ 相対取引：卸売業者と買手が一対一で個別に行う取引
 - 数量・価格の決定は当日が多い
 - 安定的取引関係の構築に資する
 - 取引時間の制約が緩やかで大量の入荷物を随時取引できる
 - セリ取引に比べ価格決定の過程が不明瞭

機械セリの定着 *2



画像出典：大田市場花き部にてJERI撮影

- ・ セリ取引は減少しているが、取引時間短縮、人員削減のために、コンピュータを使った自動せり機による「機械せり」が定着
- ・ 電光表示板（せり時計）に情報が流れ、せり人が示す品物を見ながらせりを行う
- ・ 買い手は表示板で値段の下がる動きを見て、ほしい値段の時、手元のボタンを押し、瞬時に値段を決める

*1農林水産省 令和5年度卸売市場データ集、公正かつ効率的な売買取引の確保（平成26年12月）よりJERI作成

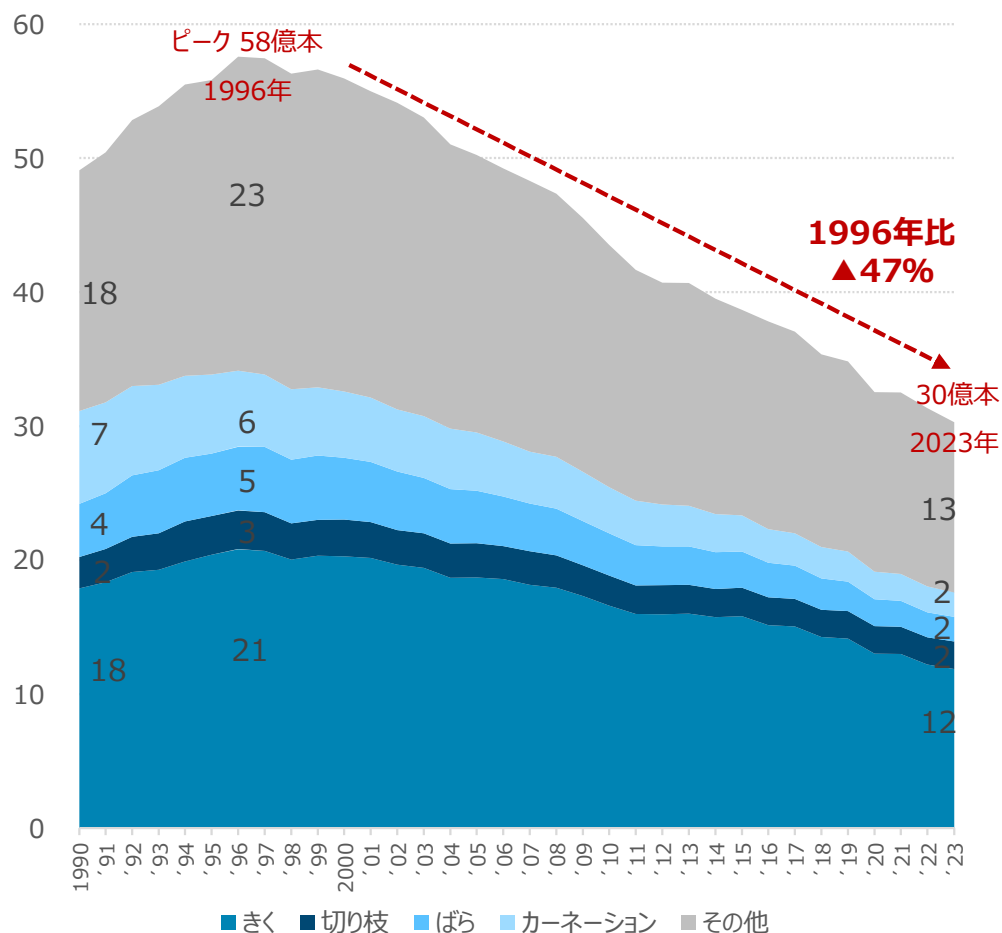
*2農林水産省 花きの現状について（令和6年12月）、物流生産性向上に向けた取組事例について（2024年5月）、東京都 公表情報 よりJERI作成

1. 花き流通の現状

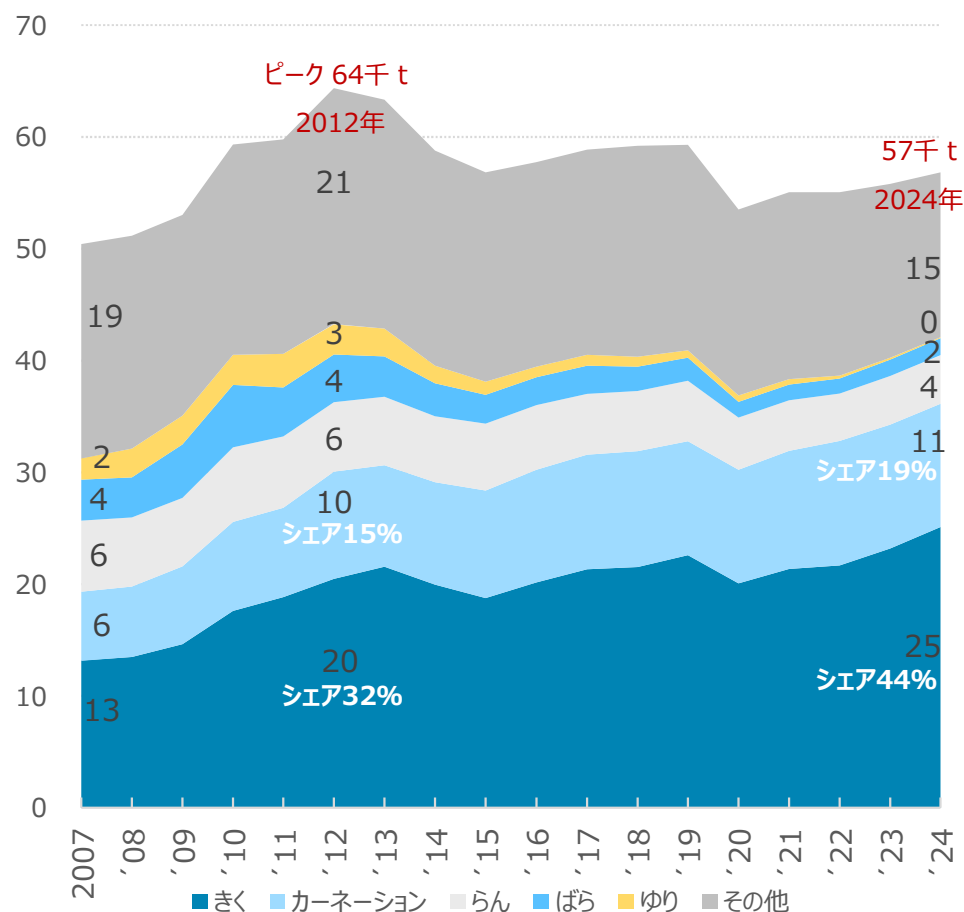
花きの供給

- 国産切花の出荷量はピーク時から半分近くまで減少
- 切花の輸入量は概ね横ばいで推移。その内訳はキクとカーネーションが増加傾向、他は減少傾向

国産切花の出荷量（億本）*1



切花の輸入量（千t）*2



*1農林水産省 令和5年産花き生産出荷統計 よりJERI作成

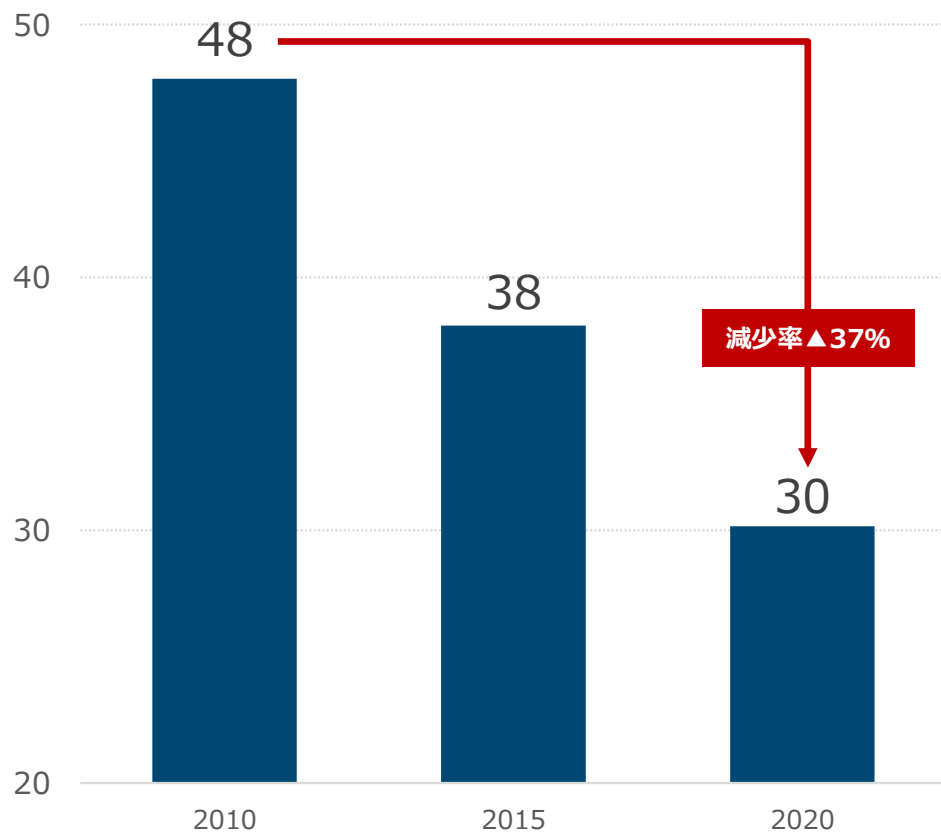
*2財務省 貿易統計よりJERI作成

1. 花き流通の現状

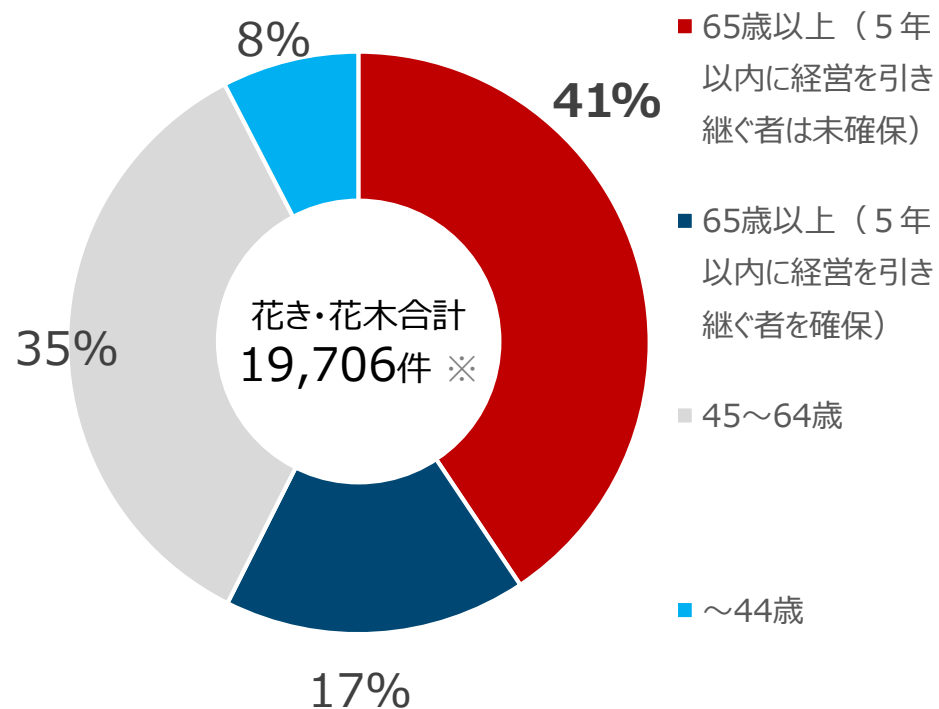
生産者数の減少

- 切花の作付経営体数は10年間で4割近く減少
- 生産者の高齢化及び後継者不足の状況から、今後も生産者の減少による国産切花の出荷量減少が継続すると想定

切花の作付経営体数（千件）*1



花き・花木の生産者年代構成*1



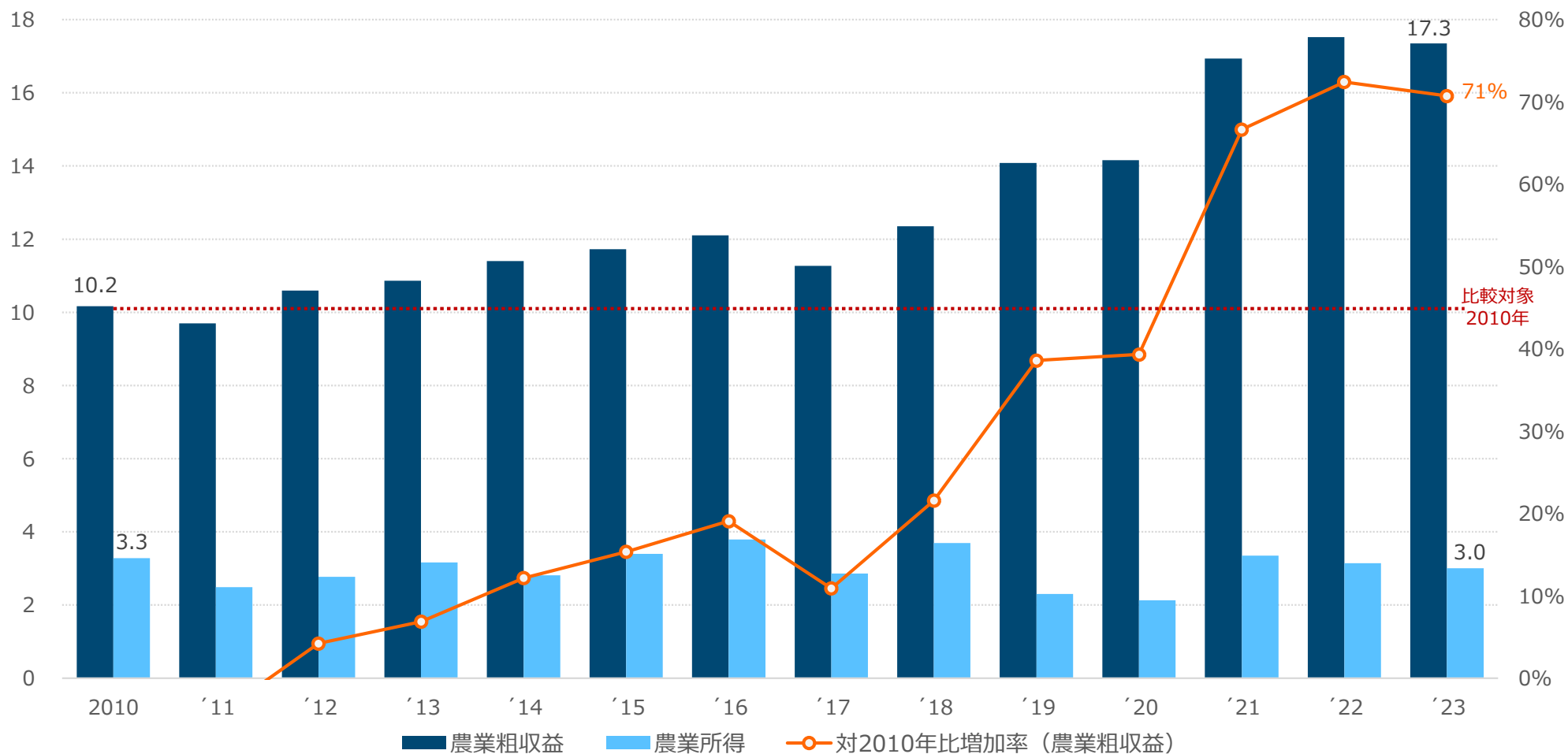
※単一経営経営体（主位部門の販売金額が8割以上の経営体）

1. 花き流通の現状

花き作経営の売上規模拡大

- 花き作経営体が減少している一方、経営体当たりの売上規模は拡大傾向であり、2010年比で7割増加している
- 小規模経営体の撤退や存続経営体の売上増加（販売単価向上や規模拡大）が要因と考えられる

花き作経営体当たりの経営状況（百万円）

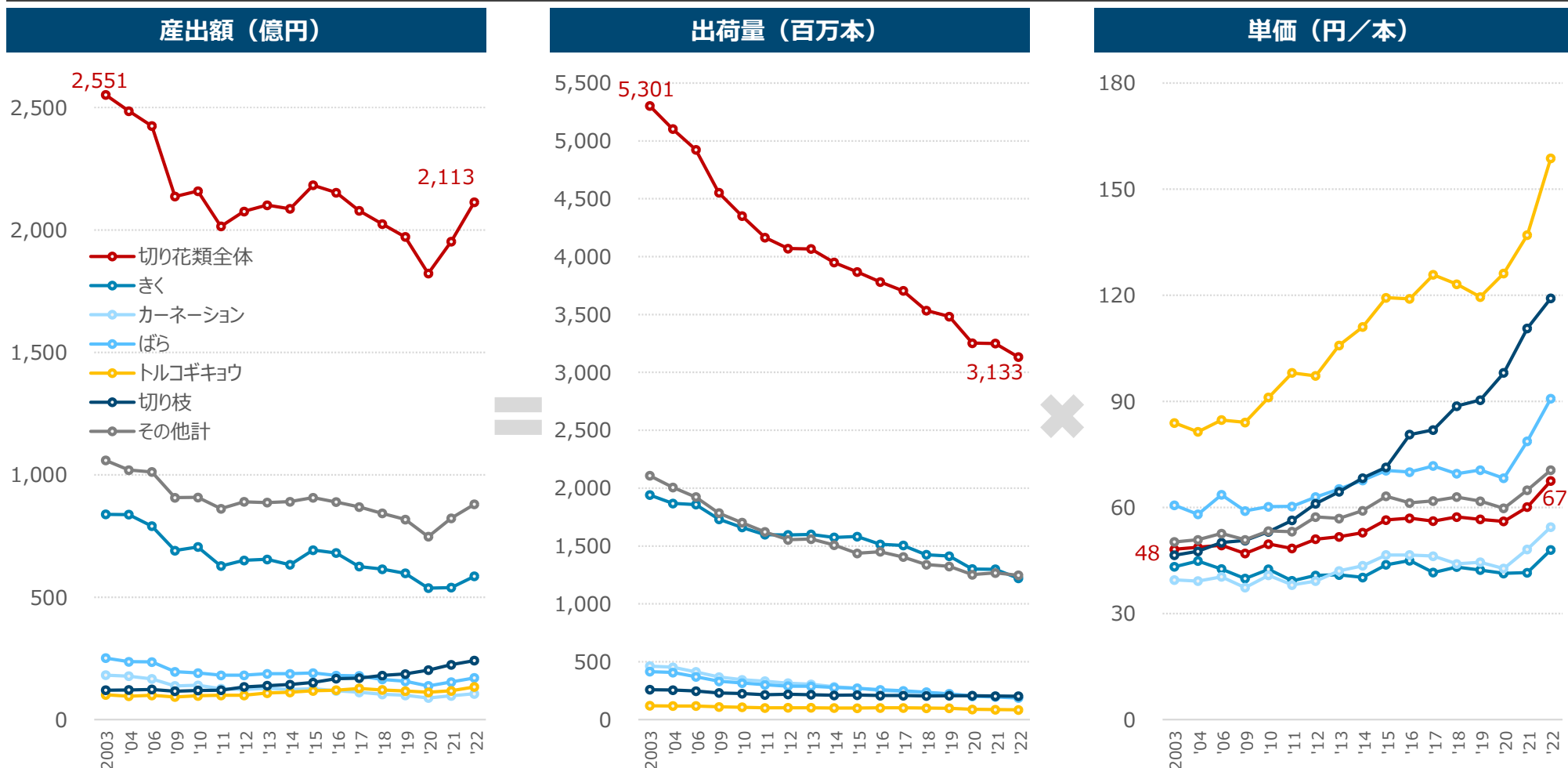


1. 花き流通の現状

市場規模（切花）

- 切花の産出額は減少傾向だが、直近の産出額は10年前並みの水準にまで回復している
- 出荷量が減少で推移している一方、単価の向上によって産出額の減少を食い止めている市場構造である

産出額・内訳（切花）

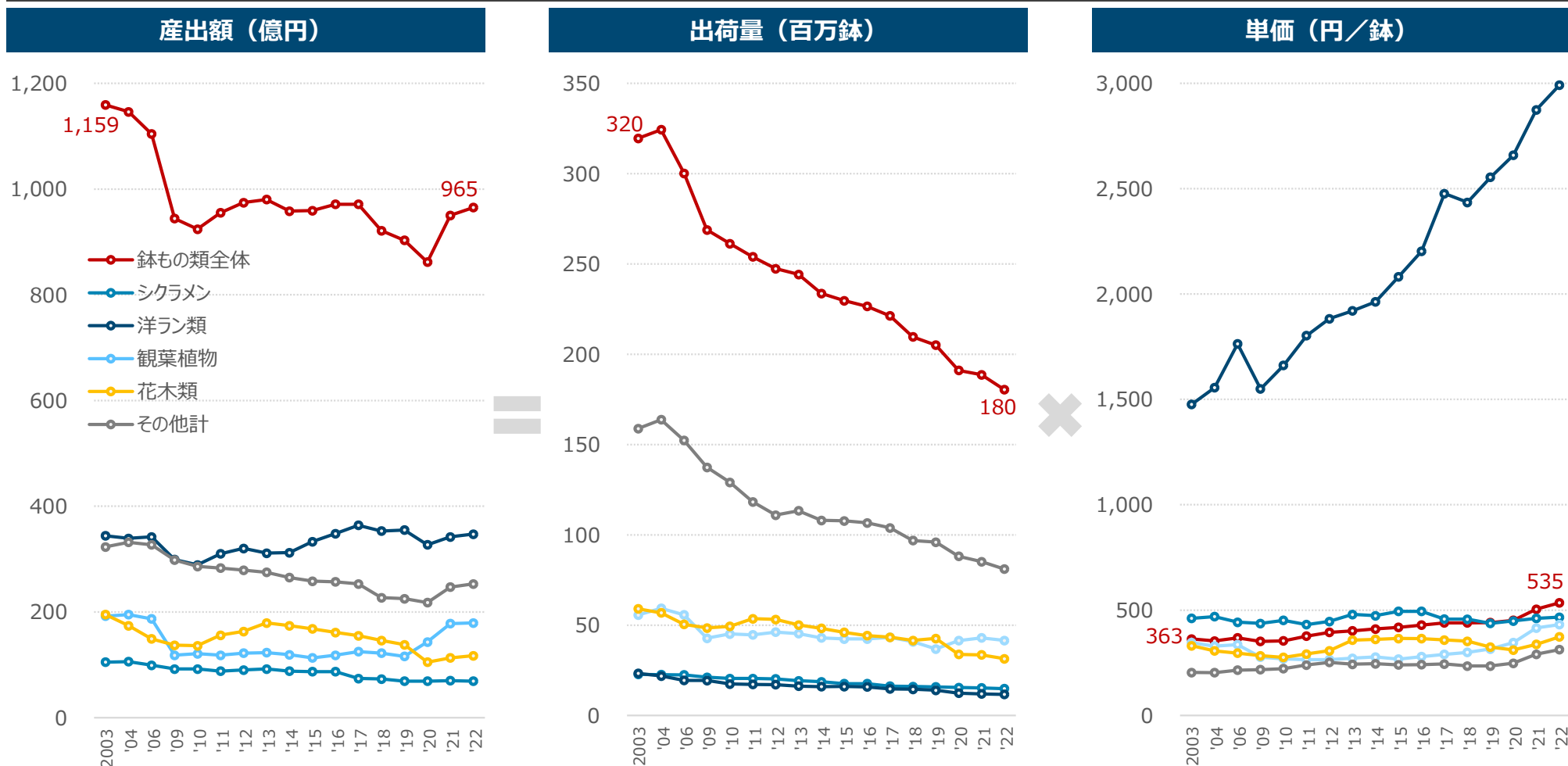


1. 花き流通の現状

市場規模（鉢もの）

- 鉢もの市場全体の傾向は切花と同様であり、出荷量の減少に対して、単価の向上によって産出額を維持している
- 個別品目では従前より高単価である「洋ラン類」の単価上昇が継続しており、鉢もの全体の単価を押し上げている

産出額・内訳（鉢もの）

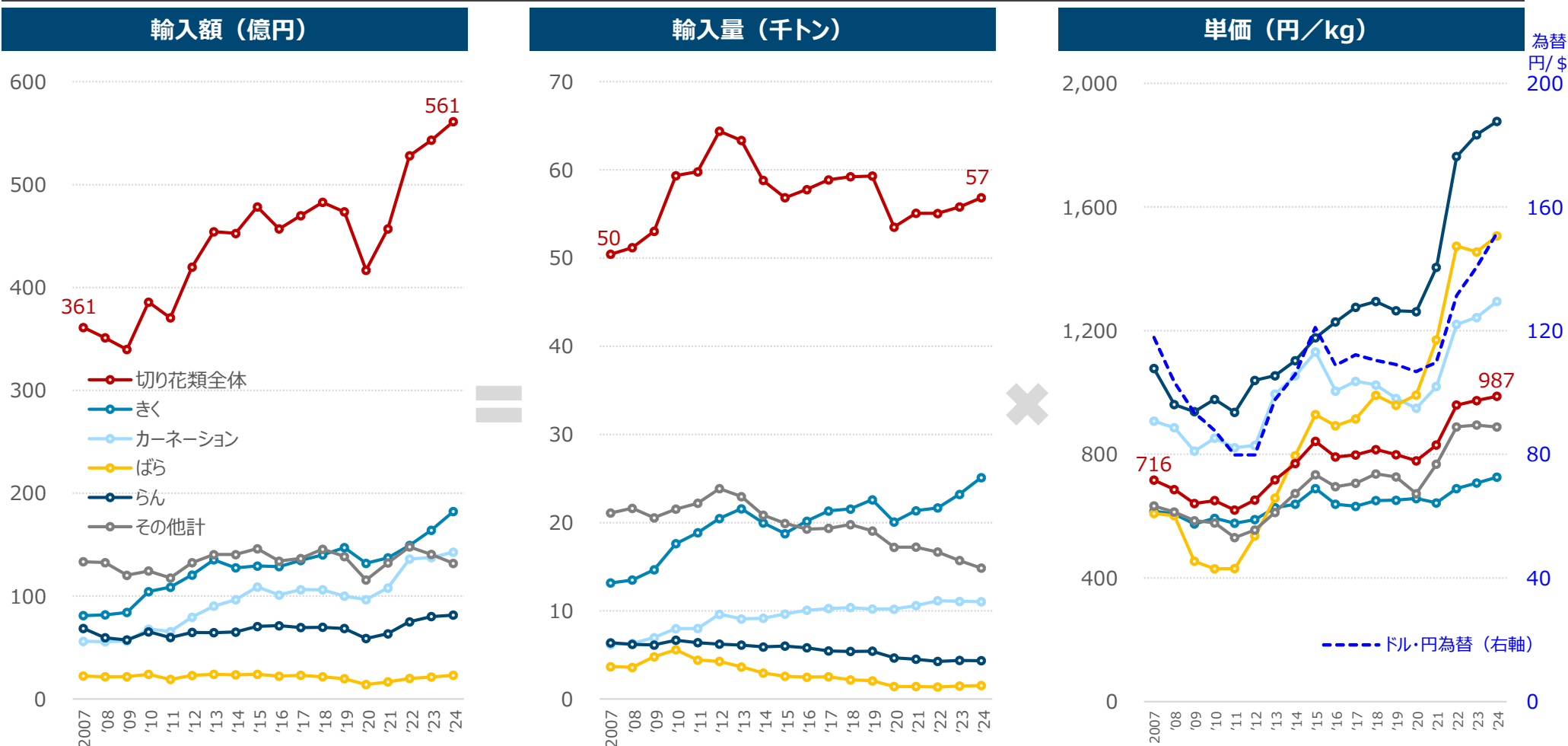


1. 花き流通の現状

市場規模（輸入切花）

- 切花全体の輸入額は増加基調だが、輸入量は浮き沈みを経て足元は概ね横ばいであり、単価向上の影響が大きい
- 個別品目では「きく」「カーネーション」の輸入量が増加の一方、単価上昇が激しい品目の輸入量は若干減少傾向である

輸入額・内訳（切花）

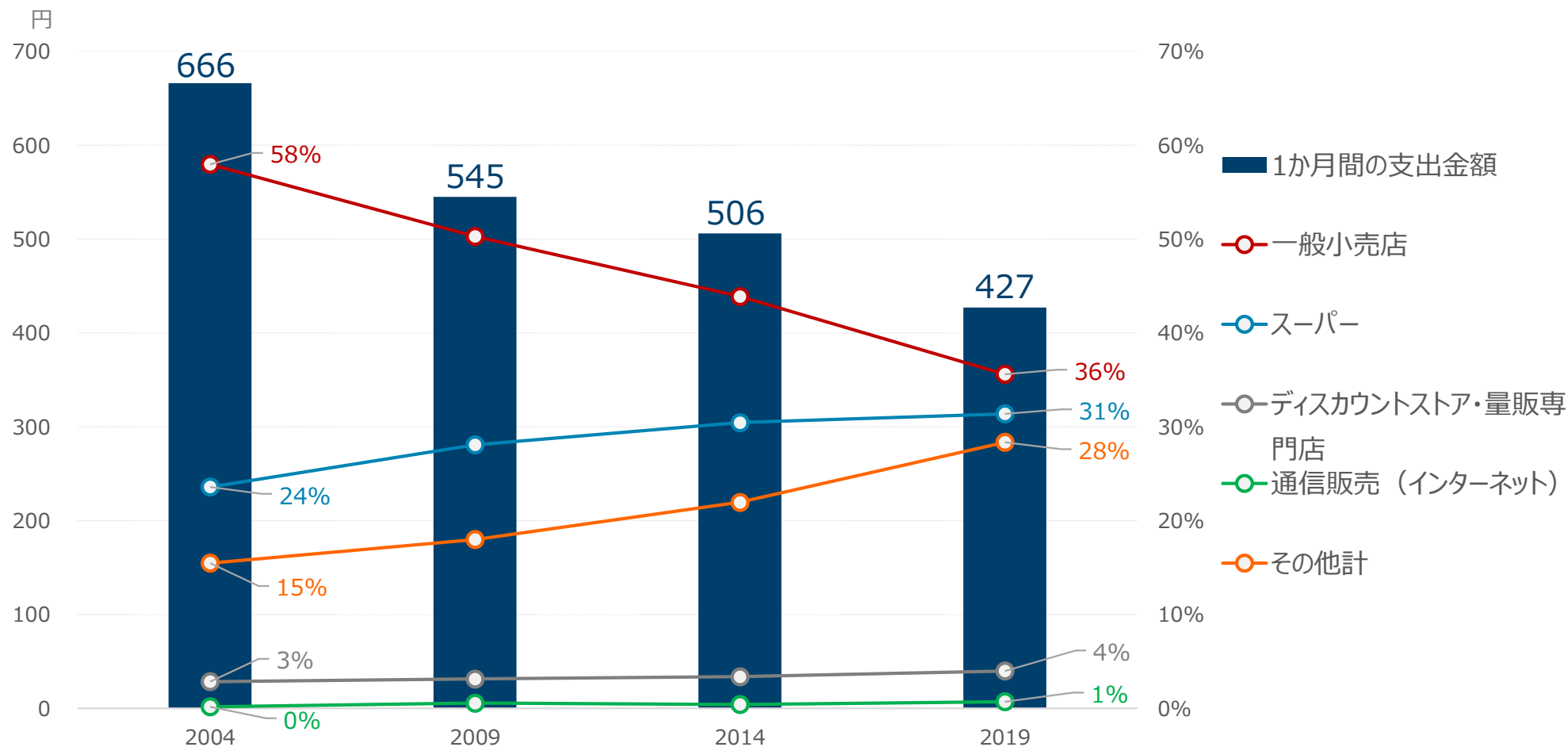


1. 花き流通の現状

消費者の購入チャネル

- 切花の世帯当たり支出金額は長期的には低下してきたが、足元ではコロナ禍を経て花の需要が増加
- 従来は"町のお花屋さん"で購入する消費者が多かったが、スーパー等での取扱いが増加したことで、購入チャネルが変化

切花の消費構造の変化（総世帯）*1

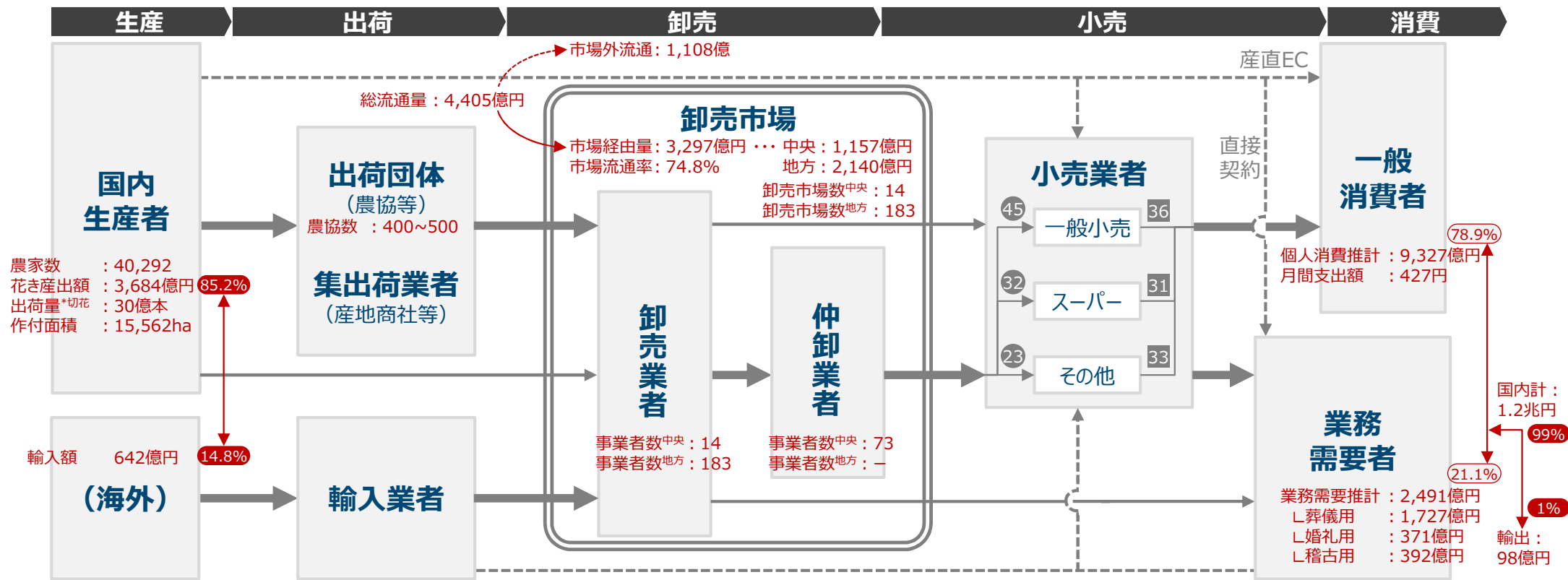


*1総務省全国家計構造調査 よりJERI作成

1. 花き流通の現状

花き業界の現状

上流	中流	下流
- 国内への花きの供給は、国内生産と輸入に分けられる。 - 産出額は3,648億円であり、国内供給の約85%。 - 農家数は約4万で零細が多い。そのため、JA等が出荷・販売業務を担っている。規模の大きい生産者の場合、自らが卸売市場に出荷を行うこともある。 2024年問題により、小規模な産地のミルクランによる集荷や、産地から卸売市場への長距離輸送が困難になる可能性が指摘されている。	- 総流通量のうち、75%が卸売市場を経由して流通する。これは他の農産物と比較して高い水準。 - 市場流通のうち、全国14か所の中央市場で1,000億円強、183の地方市場で2,000億円強を取り扱う。 - 大消費地を抱えた都市部の卸売市場は、日本全国から荷を集めている。 - 卸売業者から商品を購入した仲卸業者は、小売業者に販売する。売り先は一般小売が45%と最多。	- 国内消費は一般消費と業務消費に分けられ、概ね8:2の割合である。業務消費は葬儀用の比率が高い。 - 消費者の花きの購入先は、以前であれば花と言えば“町のお花屋さん”だったが、スーパーや量販店でも扱われるようになって消費者との距離が縮まった。ECやサブスクリプションサービスも登場し、チャネルが多様化している。 - 輸出も行っているが、国内消費に比べると低比率。輸出拡大に向けた取組みが政策的に行われている。



2024年問題とは

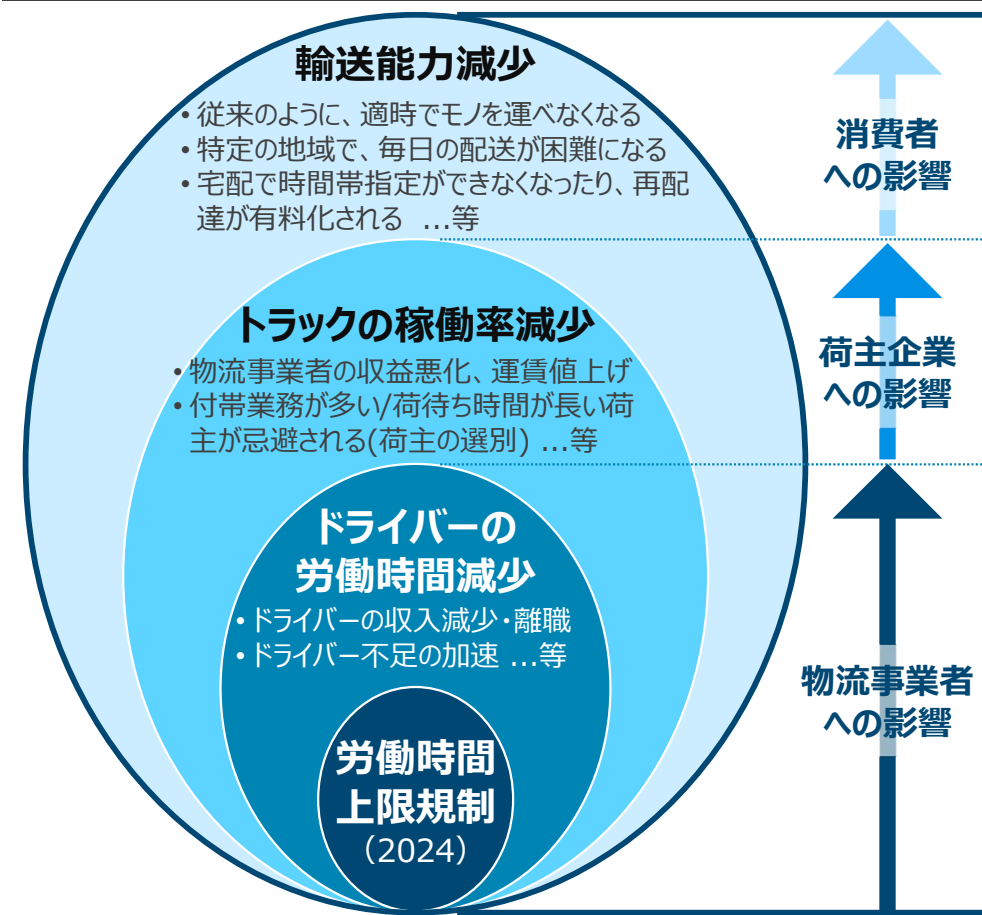
- トラックドライバーも、働き方改革関連法による時間外労働の上限規制が、2024年度から適用される
- トラックドライバーの労働条件変化に伴い生じる諸問題は2024年問題と呼ばれ、従来通りの物流サービスを維持することが困難になる等、影響は物流事業者の枠を越えて荷主企業、消費者にまで及ぶ

働き方改革関連法適用スケジュール

内容		年度	FY 19	FY 20	FY 21	FY 22	FY 23	FY 24
労働時間法制の見直し	時間外労働の上限規制	一般 (720時間)	適用 (大)	適用				
		自動車 運転業務 (960時間)	(猶予期間)					適用
	勤務間インターバル制度の導入 年次有給休暇の確実な取得 労働時間状況の客観的な把握 フレックスタイム制の拡充 高度プロフェッショナル制度の導入		適用					
	月60時間超残業に対する割増賃金率引き上げ		適用 (大)				適用	
雇用形態に関わらない 公正な待遇の確保				適用 (大)	適用			

※ (大) : 大企業のための適用

2024年問題の影響の広がり

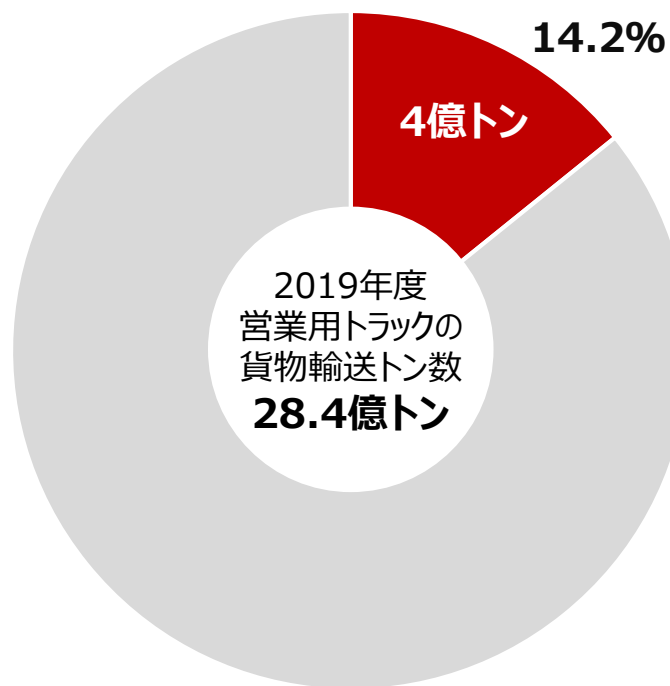


2. 花き流通の課題と対応

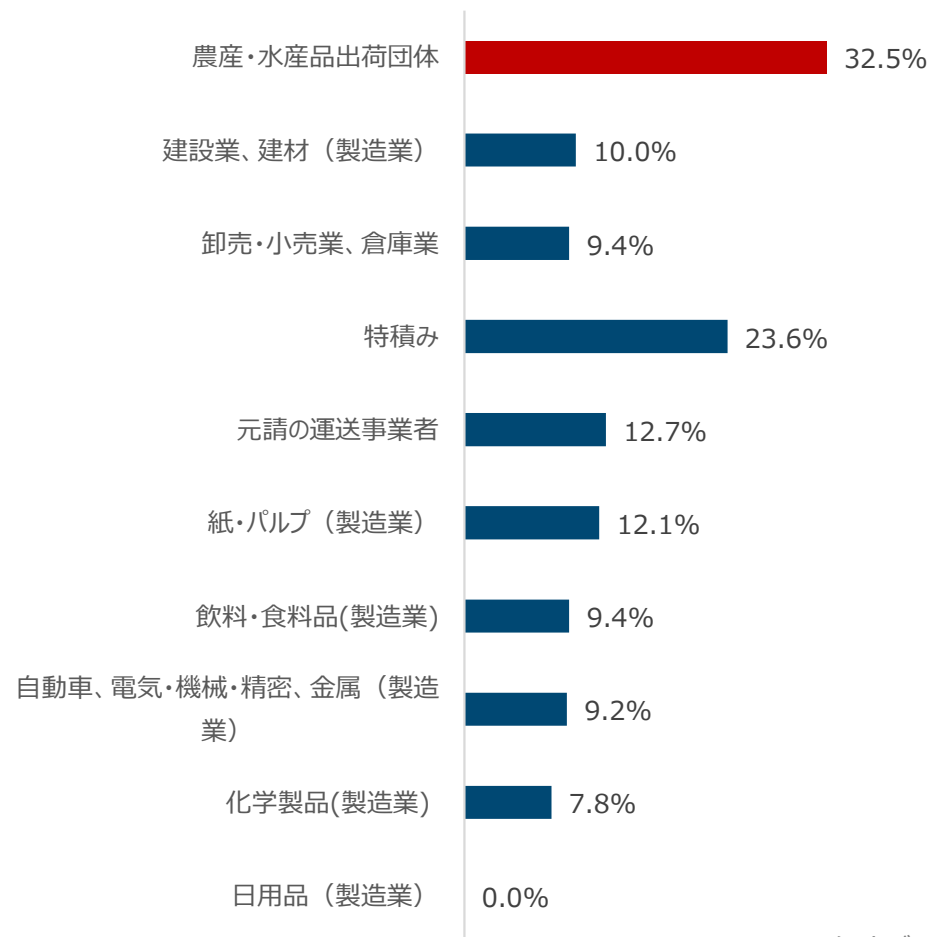
2024年問題による輸送能力への影響

- 2024年問題により、何も対策を講じなかった場合、全体の輸送能力が14.2%不足し、2030年には34.1%に広がる。
- 業界別の2024年問題の影響として、花きを含む「農産・水産品出荷団体」が32.5%と、突出して大きい。

不足する輸送能力（全体）*1



不足する輸送能力の割合（発荷主別）*1



2019年度データ

2030年度までの物流需給ギャップの推計結果

- ・「ドライバー不足により、2030年には輸送能力の19.5%（5.4億トン）が不足するとの推計。」
- ・「2024年問題の影響（2024年時点）と合わせて、輸送能力の34.1%（9.4億トン）が不足する可能性。」

*1 （株）NX総合研究所「物流の2024年問題」の影響について（2）よりJERI作成

2024年問題への政策対応 | 政策パッケージ

- 「政策パッケージ」は、我が国の物流を支えるための環境整備に向けて、「商慣行の見直し」・「物流の効率化」・「荷主・消費者の行動変容」に関する、抜本的・総合的な対策として取りまとめられたもの
- 法制化・規制的措置の導入も見据えており、これまでの物流政策とは一線を画す、非常に踏み込んだ内容

施策	内容	今後の進め方	内容
商慣行の見直し	荷主・物流事業者間における物流負荷の軽減	規制的措置の具体化	事業者の物流負荷軽減や多重下請構造の是正等に向けた規制的措置について、2024年法案提出を視野に具体化
	納品期限、物流コスト込み取引価格等の見直し		
	物流産業における多重下請構造の是正	「標準運送約款」「標準的な運賃」の改正等	実運送事業者へ支払われる対価の適正化や、輸送以外のサービス（荷役等）を価格転嫁できるよう、各種改正を行う
	トラックGメン（仮称）の設置等		
	担い手の適正運賃収受・価格転嫁円滑化等	再配達半減に向けた対策	2024年度に不足する輸送能力を補うために、再配達が現在の12%から6%に半減するよう、施策を具体化する
物流の効率化	トラックの「標準的な運賃」制度の拡充・徹底		
	即効性のある設備投資の促進	2024年度に向けた業界・分野別の自主行動計画の作成・公表	規制的措置の導入を前提として、業種・分野別に、物流の適正化・生産性向上に関する「自主行動計画」を作成し、年内に公表する
	「物流GX」の推進		
	「物流DX」の推進	2030年度に向けた政府の中長期計画の策定・公表	政府としての中長期計画を策定・公表する
	「物流標準化」の推進		
	物流拠点の機能強化や物流ネットワークの形成支援	規制的措置の導入を前提としたガイドラインの作成・公表等	規制的措置の導入、自主行動計画の作成を前提として、早急に、物流の適正化・生産性向上に向けて荷主企業・物流事業者が取り組むべき事項をガイドラインとして策定
	高速道路のトラック速度規制の引上げ		
	労働生産性向上に向けた利用しやすい高速道路料金の実現		
	特殊車両通行制度に関する見直し・利便性向上		
	ダブル連結トラックの導入促進		
荷主・消費者の行動変容	貨物集配中の車両に係る駐車規制の見直し		
	地域物流等における共同輸配送の促進		
	軽トラック事業の適正運営や安全確保		
	女性や若者等の多様な人材の活用・育成		
	荷主の経営者層の意識改革・行動変容		
	荷主・物流事業者の物流改善の評価・公表		
	消費者の意識改革・行動変容を促す取組み		
	再配達率「半減」を含む再配達削減		
	物流に係る広報の推進		

2024年問題への政策対応 | ガイドライン

- 規制的措置の導入を前提として公表されたガイドラインでは、物流事業者のみならず対荷主となる企業に対しても「実施が必要な事項」、「実施することが推奨される事項」がまとめられている
- 荷主企業にとって「物流」は、荷物を運ぶサービスであると同時に、コンプライアンスリスクを内包するものとなり、今後は一層、物流を意識した経営戦略・ガバナンスの構築が求められる

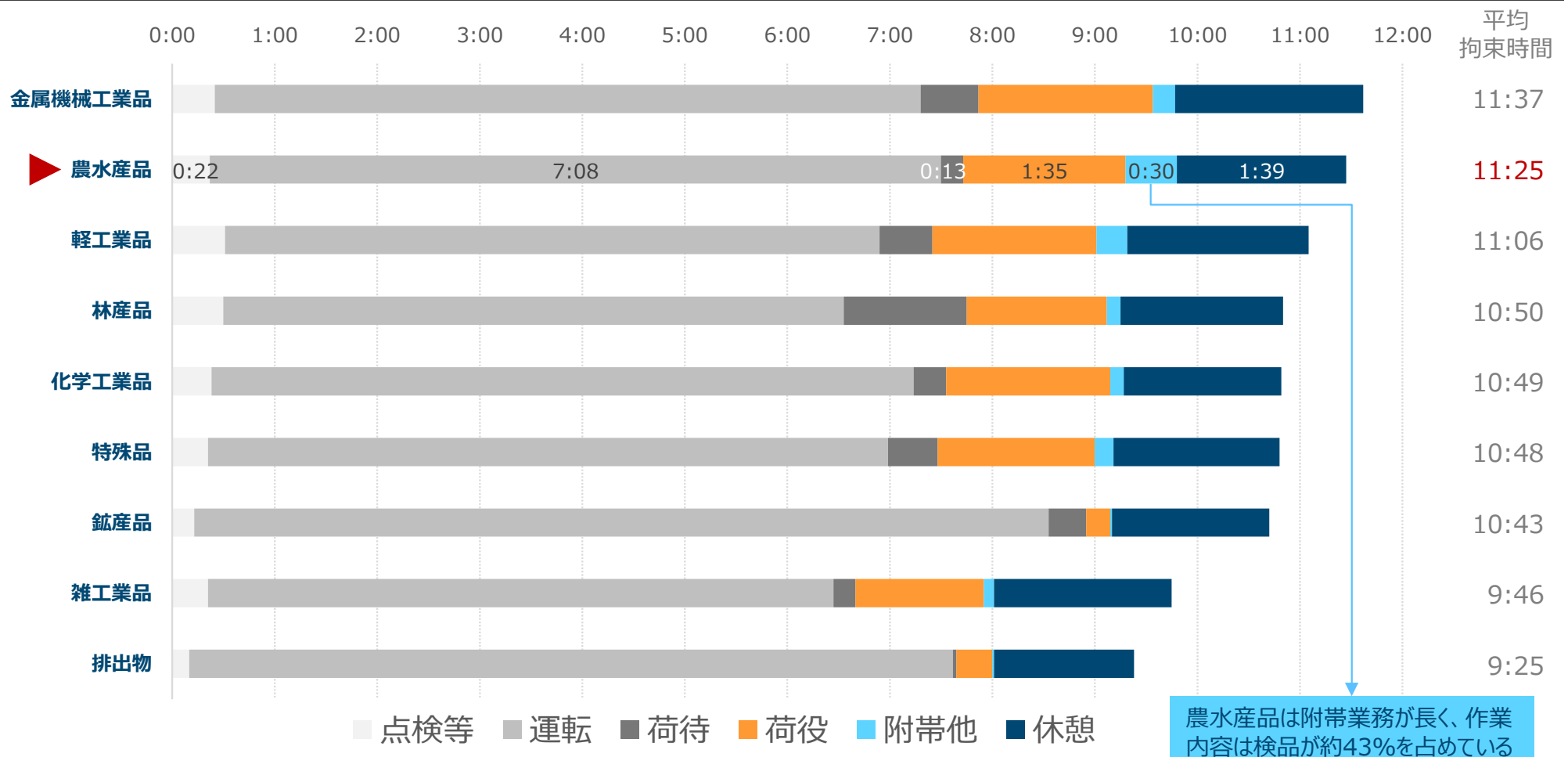
	実施が必要な事項	実施することが推奨される事項
荷主共通	・荷待ち時間・荷役作業等にかかる時間の把握 ・荷待ち・荷役作業等時間2時間以内ルール ・物流管理統括者の選定 ・物流の改善提案と協力 ・運送契約の書面化 ・荷役作業等に係る対価 ・運賃と料金の別建て契約 ・燃料サーチャージの導入・燃料費等の上昇分の価格への反映 ・下請取引の適正化 ・異常気象時等の運行の中止・中断等	・予約受付システムの導入 ・パレット等の活用 ・入出荷業務の効率化に資する機材等の配置 ・検品の効率化・検品水準の適正化 ・物流システムや資機材（パレット等）の標準化 ・輸送方法・輸送場所の変更による輸送距離の短縮 ・共同配送の推進等による積載率の向上 ・物流事業者との協議 ・高速道路の利用 ・運送契約の相手方の選定 ・荷役作業時の安全対策
発荷主	・出荷に合わせた生産・荷造り等 ・運送を考慮した出荷予定時刻の設定	・出荷情報等の事前提供 ・物流コストの可視化 ・発荷主事業者側の施設の改善 ・混雑時を避けた出荷 ・発送量の適正化
着荷主	・納品リードタイムの確保	・発注の適正化 ・着荷主事業者側の施設の改善 ・混雑時を避けた納品 ・巡回集荷（ミルクラン方式）

2. 花き流通の課題と対応

トラックドライバーの待機時間

- 花きを含む農水産品はトラックドライバーの拘束時間が長い。限られた勤務時間をできるだけ輸送業務に費やせるよう、荷待ちや荷役、その他付帯業務を削減することが必要とされる

1運行の拘束時間とその内訳（輸送品類別）



2. 花き流通の課題と対応

花き標準化ガイドライン

- 農林水産省が事務局、卸売市場関係者等が委員を務める「花き流通標準化検討会」により「花き流通標準化ガイドライン」を取りまとめ。手荷役解消に向けた台車及びパレットの活用、パレット活用に向けた外装の標準化を推奨

花き流通標準化ガイドライン	
項目	内容
I. 台車	- 産地の出荷拠点から卸売市場までの幹線輸送における手荷役解消のため、台車で輸送を推奨する。 - 鉢物については、全国的に利用されているフル台車のサイズと実証実験で開発したハーフ台車のサイズを標準的な台車のサイズとして推奨する。 フル台車 ; W1,055mm×D1,285mm×H2,068mm ハーフ台車 ; W 520mm×D1,280mm×H1,900mm - 切花については、使用実態に応じ、原則として、フル台車またはハーフ台車で輸送を推奨する。
II. パレット	- 産地の出荷拠点から卸売市場までの幹線輸送における手荷役解消のため、パレットでの輸送を推奨する。 - 平面サイズ1,100mm×1,100mmを標準とする。
III. 外装	(外装サイズ) - 標準の平パレット1,100mm×1,100mmに合わせ、例えば次のようなサイズの横箱段ボールの使用を推奨する。 タイプA ; 長さ1,100mm×幅360mm×高さ260mm タイプB ; 長さ1,100mm×幅360mm×高さ173mm タイプC ; 長さ1,100mm×幅360mm×高さ130mm タイプD ; 長さ1,100mm×幅275mm×高さ130mm その他 ; 長さ550mm×幅275～360mm×高さ130～260mm - 品目特性を踏まえて、必要に応じて縦箱段ボールの使用も可能とする。 (パレットへの積み付け) - 検品作業等が効率的になるようラベル等の表示の向きをそろえた積み付けを推奨する。 モデルA ; パレットに棒積みし、箱の正面（品名記載面）が全て同じ方向にそろえた積み方 モデルB ; パレットに積んだ箱の縦横がバラバラであっても、箱の正面は同一方向にそろえた積み方 モデルC ; パレットに井桁積みし、荷崩れ防止シートなどを途中で敷きながら箱の正面を2方向でそろえる積み方

参考

台車



パレット



外装サイズ



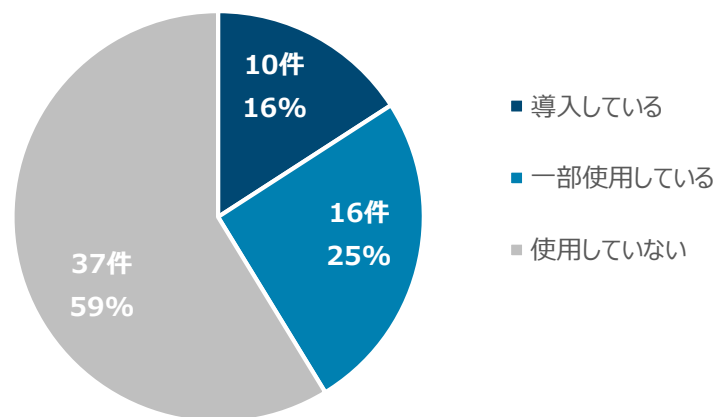
画像出典：大田市場花き部にてJERI撮影

2. 花き流通の課題と対応

標準化に向けた課題

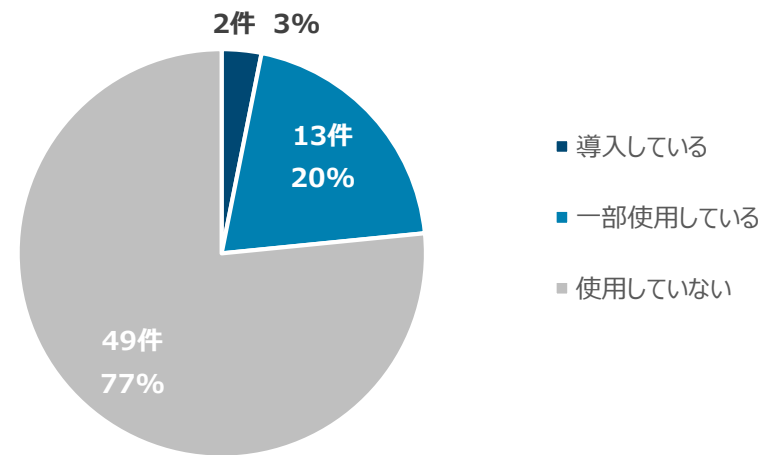
- パレット輸送、台車輸送ともに作業効率化の利点はあるが、積載効率の低下や費用面の問題から導入は限定的な状況
- パレット輸送は段ボール箱の強度、台車は積み合わせの観点から導入が制約されるケースも存在

パレット輸送の導入状況



- 利点
 - ・積み降ろし労力及び時間の削減につながる。
- 問題点、導入できない理由
 - ・積み降ろし労力及び時間の削減につながる。
 - ・生産の少ない産地や、ロットの少ない市場への出荷は積載効率が落ちる。
 - ・経費削減で強度の弱い段ボールが多くなっているため積めない。
 - ・導入コストの問題。
 - ・管理、回収に費用が必要な気がして心配。
 - ・縦箱の場合積載量が減る。
 - ・箱の統一化や運送会社との仕組みの導入も必要。

台車輸送の導入状況



- 利点
 - ・鉢物やELFバケットを使用するには積み降ろしの労力削減と時間短縮につながる。
- 問題点、導入できない理由
 - ・積載効率が落ちる。
 - ・導入コストはどうするのか。
 - ・他青果物と積み合わせの場合が多いため難しい。
 - ・管理はどうするのか。
 - ・冷蔵庫から移動する際、床がフラットでないと移動しづらい。

2. 花き流通の課題と対応

情報のデジタル化

- 情報処理システムの基礎的な要素である花きのコード番号が生産出荷団体や卸売市場、小売店等でそれぞれ異なる背景から、花き業界全体の共通用語となる日本花き取引コード（JFコード）を策定
- 花き流通情報の連携に向けて、花き流通標準化ガイドラインでは品名（品目）・品種名コード等を標準項目として設定

日本花き取引コード（JFコード） *1		花き流通標準化ガイドライン(Ⅳ.コード・情報) *2	
概要	- JFコードは、取引されるすべての花や植物の品種に対し、6桁の数字のコード番号を割り当てたもの（品種群や種名等全17項目のデータを収録） - 大手の卸売業者を中心に20社以上に普及 - 産地と市場を結ぶ標準EDI「フロリスネット」に採用	（帳票の電子化） - ペーパレス化・データ連携を前提とし、帳票の標準項目を定める。 （送り状の標準項目） - 送り状については、次に掲げる項目を標準項目とする。 - 出荷者名 - 出荷者コード - 出荷年月日 - 送り状ナンバー - 卸売業者名 - 卸売業者コード - 品名（または品目） - 品名（または品目）コード - 品種名 - 品種名コード - 荷姿 - 入数 - 等階級 - 数量（または箱数） - 輸送手段 - 輸送会社 （売買仕切書の標準項目） - 売買仕切書については、次に掲げる項目を標準項目とする。 - 出荷者名 - 出荷者コード - 売立年月日 - 出荷年月日 - 送り状ナンバ - 仕切書ナンバー - 品名（または品目）コード - 品名（または品目）（軽減税率対象商品である旨＊） - 品種名 - 品種名コード - 入数 - 等階級 - 数量（または箱数） - 単価 - 合計（税抜・税込） - 消費税額（8％）＊ - 消費税額（10％）＊ - 委託手数料（税抜）＊ - 差引仕切金額＊ - 登録番号＊ ＊ インボイス制度対応の場合、記載が必要な項目	
策定背景	情報処理システムの基礎的な要素である花きのコード番号が生産出荷団体や卸売市場、小売店等でそれぞれ異なるため、花き産業全体の総合的な情報化の推進が困難。花き業界全体の共通用語となる取引コードを設定・普及する必要性からJFコードが生まれた		
分類体系			
大分類	8分類（0；草花類、1；球根類、2；ラン類、3；多肉サボテン、4；観葉植物類、5；木本類、6；野菜・果樹類、9；その他）		
中分類	各大分類の下位階層として、合計31分類		
品目	系統分類上の種や多数の品種をまとめた園芸種に相当		
系統	品目の下位階層にある分類項目。その中身は花色の違いでまとめた品種群やまとまりの良い品種群や種群など		

*1（一社）日本花き卸売市場協会・農林水産省 花きの流通標準化について（2022年9月）、JFコードセンター公表情報 よりJERI作成

*2農林水産省 花き流通標準化ガイドライン(令和5年3月24日取りまとめ) よりJERI作成

2. 花き流通の課題と対応

EDIの標準化の開発動向

- 情報・コードを電子化していても受発注システムの仕様が取引先ごとに異なる等の問題があり、汎用性ある標準EDIを構築する必要性から、一般社団法人日本花き卸売市場協会が花きEDI標準フォーマット仕様書（Ver.1.2）を発表した。
- 同フォーマット仕様書に基づいて汎用性のあるEDIを構築・展開する動きがあり、大谷商会では「花くらうど」システムを開発。

花きEDI標準フォーマット仕様書（Ver. 1.2）*1		EDI事例 大谷商会『花くらうど』*2	
概要	- 当仕様書は、花き出荷者と花き卸売会社の間で電子情報を交換（EDI）する際に用いる標準フォーマット - 系統JA標準のEDIの他、一部出荷者の個別通信仕様によるEDI化が進むも互換性がないことから、業界全体に使いやすく導入しやすいEDIのあり方を検討し、当フォーマットを策定 - 発行者：（一社）日本花き卸売市場協会 協力：JFEエンジニアリング（株）	生産者用販売管理クラウドシステム「花くらうど」成果報告書	
		システム概要	- 小売、卸売、市場売りのすべてを一括で管理可能 - 花きEDIベースのシステムのため市場を巻き込んだ業界全体の効率化とDX化をすることができる唯一のシステム
当フォーマット推奨の標準コード		主なメリット	- 複数人での入力作業や、離れた事務所や第二農場での事務作業が可能 - 手書きやExcelと違って、過去の納品を網羅的に検索できる - 市場からの販売結果が半自動で入力される - 元帳管理・販売集計・請求書作成・入金管理まで一括で処理
		～ 出荷団体システムとの連携実証報告書 ～	
卸売会社コード	- フロリスネット（系統JAの花きEDIシステム）の利用者で作るフロリスネット利用者協議会が、全国の花き卸売会社に重複しない 6 桁のコード番号（上 2 桁が都道府県コードになっている）を割り当て - 花き EDI 標準フォーマットにおいてもそのまま採用し、他システムとの互換の利便を図る	内容	- 茨城花き流通センターが市場に送っていたデータの送付先を特別に用意した『花くらうど』に送ることで、自動的にEDI1.0のデータをインポート。『花くらうど』システムでEDI1.0 のデータをEDI1.2形式に自動変換し、EDI1.2形式の納品書の作成可能にした - また流通センターはその納品書データを『花くらうど』画面から簡単にすべての出荷先に送り状を送付することができ、そのデータを市場側で取り込めることを確認した
系統JAコード	系統JAが出荷者となった場合には、フロリスネットと全く同じ方法で系統JAコードを表現		課題
JFコード	花きEDI標準フォーマットでは、JFコードを積極的に活用		
系統等階級コード	花きEDI標準フォーマットの策定に併せて、新たなコード表を作成		
原産地コード	- 国産なら都道府県名、海外産なら国名を記述するフィールドを用意 - これらに使用するコード表はJISで規定		- 出荷団体ごとのシステムにおいて、『花くらうど』に対して出力できるデータの形式が異なるため、変換プログラムを書く必要がある - 本来は出荷団体の既存システムから『花くらうど』へのAPI接続が望ましいが、出荷団体側のシステム改修費用の問題等が生じる

*1（一社）日本花き卸売市場協会 花き EDI 標準フォーマット仕様書（Ver. 1.2）よりJERI作成

*2（株）大谷商会 生産者用販売管理クラウドシステム「花くらうど」成果報告書（2024年3月24日）、～ 出荷団体システムとの連携実証報告書 ～（令和6年2月27日）よりJERI作成

2. 花き流通の課題と対応

課題②への対応動向 | システムによる効率化3

- 生産・出荷段階、中間流通段階、小売・消費段階の各プレイヤーがシステムを導入、主要プロバイダーは6社を想定
- 花き流通の効率化に向けてサプライチェーン全体での情報流の統合が求められており、システムの選別も進む可能性

プロバイダー名	ソリューション名	概要
JFEエンジニアリンググループ	市場システム	・日本初のコンピューターを使った「せり下げ方式」を開発、市場情報管理システム（自動せりシステム、在宅せりシステム、基幹システム、仕分けシステム）を提供。
	JA集出荷システム	・出荷情報のデータ化、集出荷場の荷受・分荷・出荷をシステムで一元管理できるクラウドシステム。
Personal	花き卸売市場向けソリューション	・荷受・せり/相対/ネット販売～仕切・請求など、花き市場向け基本機能をオールインした販売管理システム。
	花き仲卸や花き商社向けソリューション	・花き仲卸業向けの基幹系トータルシステム（現場～販売管理）。
	機械せりシステム	・せり場に大型画面やスクリーンを設置し、せり画面を投影してせりを行うことで、市場業務の効率化を支援する。買参人はひな壇の専用端末からせりに参加する。
	Web取引システム	・花き流通業界の企業間電子取引（BtoB - EC）プラットフォーム。顧客独自の基幹システム等とリアルタイムで連携し、多様なデータ連携を行う。
Software Consultants	花き市場向け販売管理システム	・販売管理システムを花き市場向けにカスタムしたもの。花き卸売市場で使われるフロリスネットに対応し、仕切書・納品書の作成やインボイス対応、周辺システムとのデータ連携が可能。
AUCNET	花市場	・販売・仕入プラットフォームであり、在宅でリアルタイムのせりに参加し、Web取引により商品を仕入れることができる。千葉の物流センターで荷受・仕分けを行い、生花専用便で配送する。
大谷商会	フラワーマイスター	・生産者や出荷者の商品情報を市場・買参人とその先の小売業者まで配信し、市場経由で注文できる、花きオンライン取引サイト。
	花くらうど	・生産者用販売管理システム。小売、卸売、市場売りを一括で管理することができ、生産者としては、各卸売市場が導入している個別のシステムを使い分ける不便さを解消できる。

2. 花き流通の課題と対応

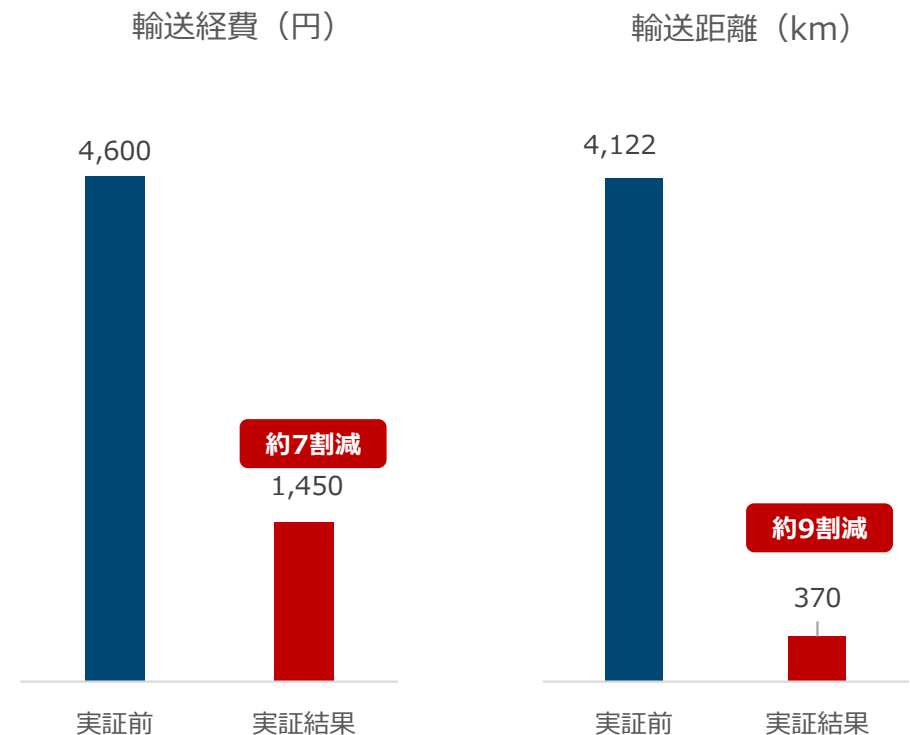
流通プロセスの見直し

- 県外市場に流通した福島県産花きの一部は同県内の生花店が買い戻しており、輸送コストや輸送時間のロスが発生
- 産地にストックポイントを設置してトラック1台による集荷及び県内市場への出荷を実証し、輸送経費・距離を大幅に削減

取組事例 | スtockポイントの設置による県産花きの効率的集荷体制のモデル輸送（福島県花き振興協議会）

取組内容	- 福島県で生産される花きの多くは県外（関東圏）の市場へ出荷されており、県産花きを県内消費する際には、一部で県外市場から県内市場が買戻している。そのため、輸送コストや輸送時間にロスが生じている。 - 福島県の花き産地に複数のストックポイント（貨物を一時的に保管したり、輸送を中継したりする機能を持つ保管場所）を設置し、1台のトラックが集荷、県内市場へ運ぶ実証を行い、産地毎でそれぞれ関東圏の市場に出荷、県内市場へ買戻した場合と輸送コスト、距離等を比較した。
取組の成果	切花の場合、生産者5戸がそれぞれ1箱を関東へ出荷、県内市場へ転送した場合の輸送経費及び距離はそれぞれ総計4,600円、のべ4,122km（往復）であったが、今回の実証の結果では総計1,450円、のべ370kmとなった。
今後の課題	取引価格は県外（関東圏）市場の方が高く、生産者が県内出荷を維持するためには、当該実証におけるトラックの積載率を向上させ、1ケースあたりの流通経費を削減する必要がある。

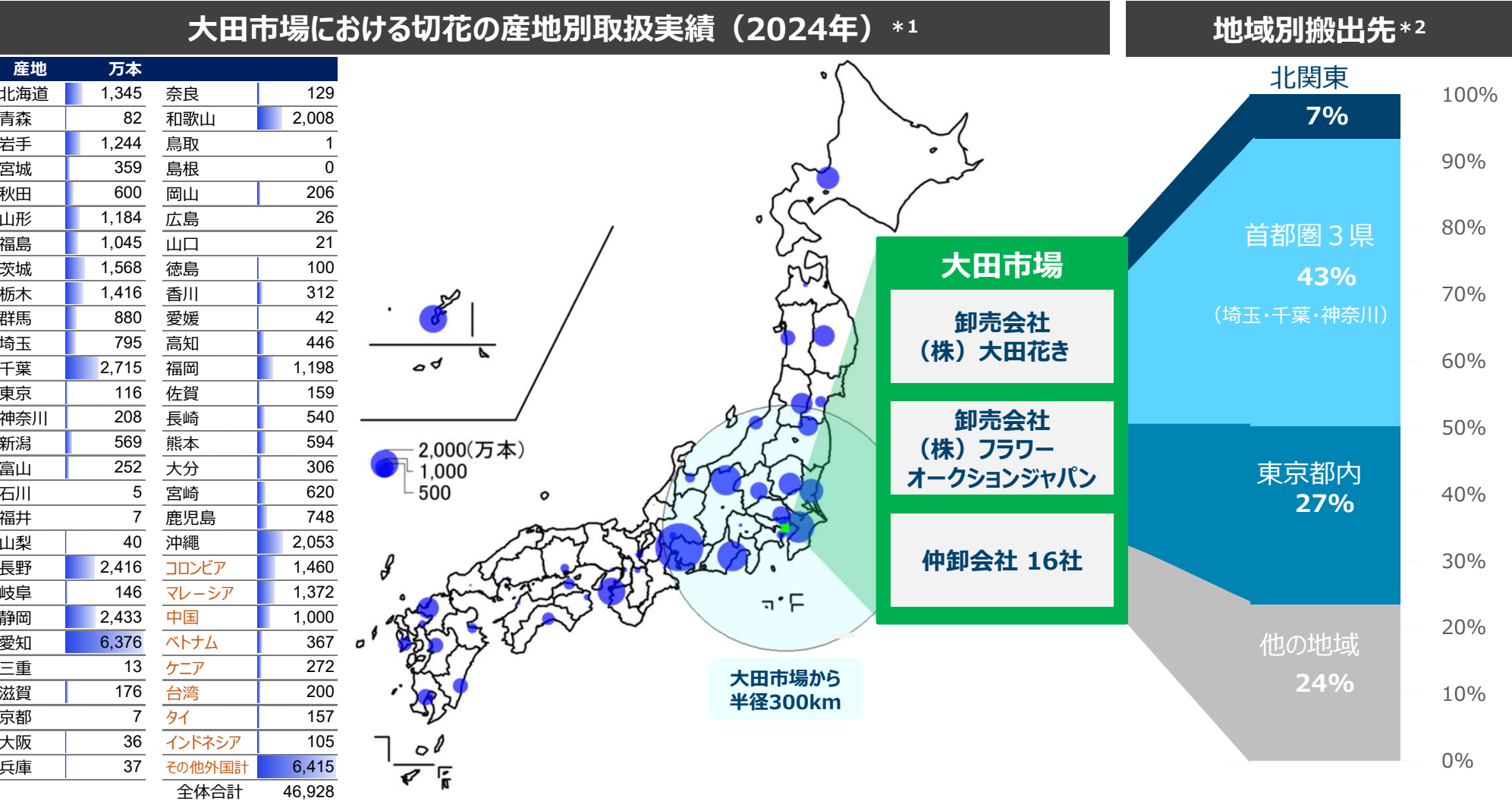
実証数値（切花の生産者5戸合計）



2. 花き流通の課題と対応

長距離輸送

- 大消費地を抱える大田市場では日本中から商品を集荷しており、長距離輸送が発生している
- 大田市場からの搬出先は東京都内の他、首都圏3県（埼玉、千葉、神奈川）に集中している



2. 花き流通の課題と対応

中継輸送

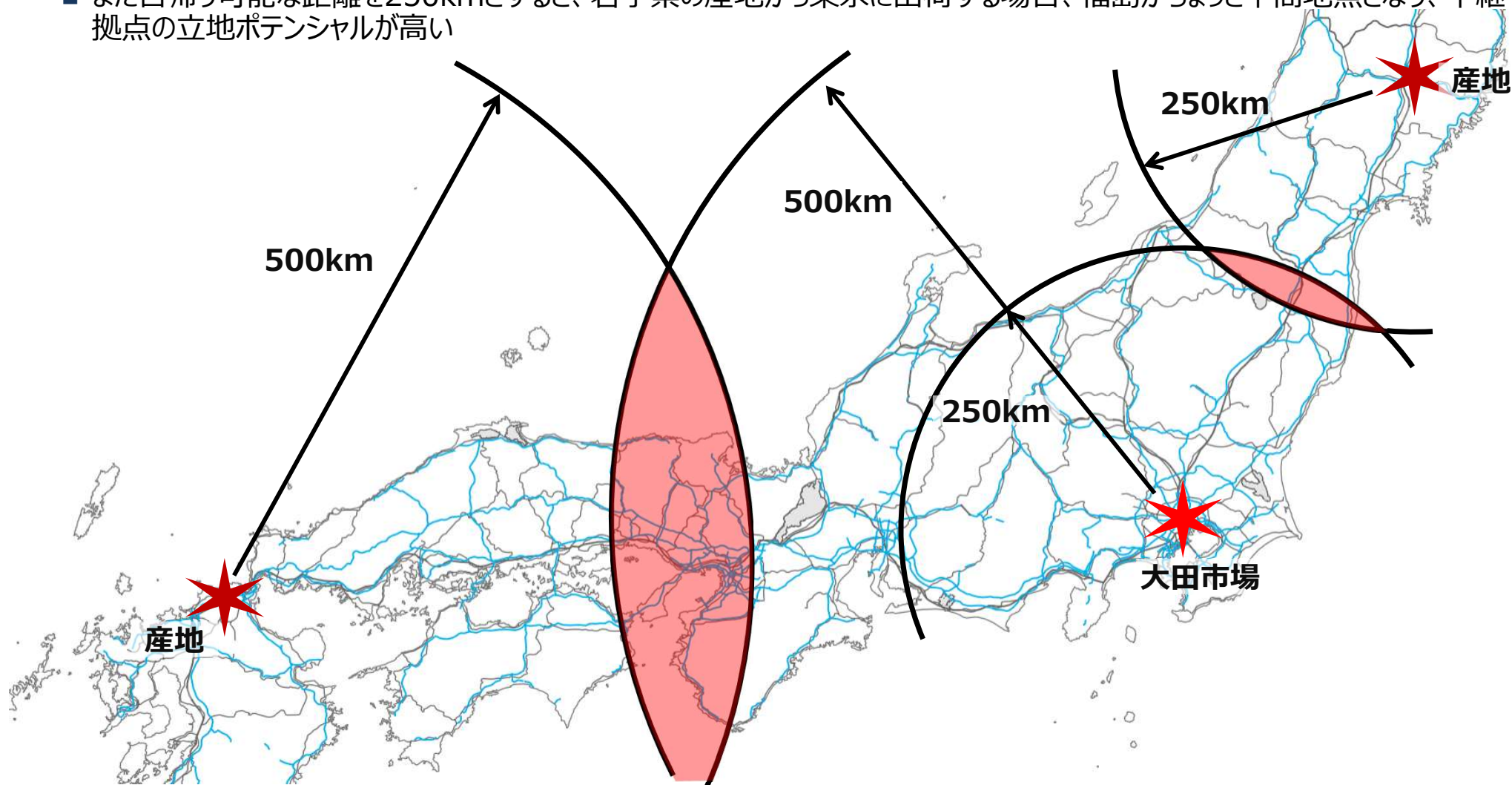
- 新潟を中継拠点にした西日本と東日本間の日本海側ルートの花き輸送を実証。物流分散化による渋滞・荷待ちの回避、台車活用による手荷役時間の削減、中継拠点でのドライバー交代により、トラックドライバーの拘束時間を削減

取組事例 新潟花き中継拠点化によるトラックドライバーの拘束時間削減		
取組概要	新潟花き中継拠点化検討協議会 体制図	
	代表 / 事務局	・ (株)新花（卸売会社）
中継拠点化理由	メンバー	・ (株)なにわ花いちば（卸売会社） ・ (株)仙花（卸売会社） ・ 大阪フラワーサービス(株)（市場での商品管理） ・ (株)IFN（輸送会社） ・ 新潟日植運輸(株)（輸送会社） ・ 光運輸(株)（輸送会社） ・ 新潟県（自治体） ・ 新潟市（自治体）
	・ 新潟を中継拠点とした西日本と東日本間の日本海側ルートの花き輸送を実証し、ドライバーの延べ拘束時間を18.4%削減（平均15.7→12.8時間/運行） □ 産地：関西以西（九州・沖縄を含む） □ 卸先/出荷先：(株)なにわ花いちば（大阪） □ 中継拠点：(株)新花（新潟） □ 卸先/出荷先：(株)仙花（宮城） ・ 新潟向けの花きに加え、新潟以北向けの花きと併せて台車を用いて効率的に輸送。中継拠点でドライバーを交代 ・ 実証実施時期：令和6年 1 月29日～2月12日 ・ 検証方法：現状は輸送ルートがない(株)なにわ花いちばから(株)新花経由(株)仙花の日本海側のルートについて、試算による運行時間と手荷役時間（4 t べた積み）の合計時間と5回の実証結果の平均値を比較。 ・ 品目：小菊、大菊、スプレー	
	① 距離：ドライバーの拘束時間の上限内で、陸路での輸送は大阪 新潟が1回の輸送での最大距離にあたる。 ② 効果：新潟に中継拠点ができることで、関西以西と東北地域を結ぶルート（日本海側）の選択肢を増やすことに繋がる。	

2. 花き流通の課題と対応

中継拠点としての立地可能性

- 1日に走行可能な距離を500kmとすると、福岡の産地から東京に出荷する場合、関西エリアがちょうど中間点となり、中継拠点の立地ポテンシャルが高い。
- また日帰り可能な距離を250kmとすると、岩手県の産地から東京に出荷する場合、福島がちょうど中間地点となり、中継拠点の立地ポテンシャルが高い



2. 花き流通の課題と対応

花き流通における課題と対応のまとめ

- 花き流通には様々な課題があるが、それぞれの課題に対して対応策を講じる取り組みが進められている。

花き流通における課題		対応分類		対応事例
非効率な業務・流通プロセス	受発注		規格変更（標準化・統一化）	標準EDIの統一・連携
			デジタル化・システム化	QRコードラベルの導入
	検品		デジタル化・システム化	RFIDの導入
	セリ		デジタル化・システム化	機械セリ・オンラインセリの導入
	流通プロセス		デジタル化・システム化	産地と需要家のマッチング
			オペレーションの見直し	出荷先市場の変更
手荷役・荷待ち	待機時間		デジタル化・システム化	予約受付システムの導入
			オペレーションの見直し	セリ時間の前倒し
	手荷役		規格変更（標準化・統一化）	花き流通ガイドラインの策定
			規格変更（標準化・統一化）	オリコン（プラボックス）の導入
			オペレーションの見直し	台車の利用促進
小ロット・低積載率	荷の分散		共同輸送	ストックポイントで荷を集約して共同輸送
	出荷形態		規格変更（標準化・統一化）	縦・湿式から横・乾式箱に変更
			規格変更（標準化・統一化）	商品・輸送箱の小型化
長距離輸送	輸送区間		中継輸送	中継拠点を設けて長距離区間を分割
	輸送方法		モーダルシフト	海上輸送への転換
片荷	空車回送		共同輸送	異業種連携による実車率改善

著作権 (C) Development Bank of Japan Inc. 2025

当資料は、株式会社日本政策投資銀行（DBJ）により作成されたものです。

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引などを勧誘するものではありません。本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願いいたします。

本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要ですので、当行までご連絡ください。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず『出所：日本政策投資銀行』と明記してください。