

課題名 特徴あるユリ品種を利用した花き産地の育成
所属名 佐賀県唐津農林事務所 東松浦農業改良普及センター

<活動事例の要旨>

管内準高冷地において生産者の手により育成されたシンテッポウユリ「鳥巢の白蕾」（とりすのはくらい）は、純白の蕾、柔らかな草姿を備え、他のユリにはない高い商品性を有する品種であるが、これまで育成地のみでの栽培にとどまり、生産量、出荷期間が限られてきた。

そこで、平成26年から29年度にかけ、産地体制の強化、出荷期間の拡大、販売体制の強化を3つの視点から、産地組織化への支援、他の普及センターと連携した平坦地への作付け拡大および新作型の開発、市場、小売店等の実需者を対象とした生産者参加型のマーケティング活動を展開した。

これらの活動の結果、平成28年度に「鳥巢の白蕾」研究会が発足し、新規栽培者の掘り起こしや新たな作型開発について研究会を中心に検討する仕組みが定着するなど産地としての組織体制が確立した。

生産、販売面では、平坦地と準高冷地の間でのリレー出荷体系の確立、新たな作型開発により、取り組み前の平成26年と比較し、出荷期間は3ヶ月から7ヶ月に拡大し、出荷本数および販売金額は平成26年産、22,600本、2,543,000円から、平成29年産59,000本、6,601,000円と約260%に増加した。

また、市場、小売店等の実需者へのマーケティング活動を生産者とともに行ったことで、生産者自らが当事者として、流通販売面の課題を改善しようとするマーケットインの視点に立った生産活動が定着し、更なるブランド化に向けた取り組みにつながるといった好循環に結び付いた。

1 普及活動の課題・目標

当普及センター管内は、平坦地域から準高冷地まで、様々な切り花、鉢花類が栽培され、県内の花き生産の4割を占める主産地であり、特に、標高630mの準高冷地に位置する唐津市浜玉町鳥巢地区は、トルコギキョウをはじめとする草花類の生産が盛んに行われ、20～40代の若い花き生産農家も多く、夏秋切り草花類の代表的な産地となっている。

この鳥巢地区において生産者育種により誕生したシンテッポウユリ品種「鳥巢の白蕾」（平成18年品種登録）は、通常は緑色の蕾が純白で、柔らかな草姿を備え、他のユリにはない高い商品性を有する品種であり、販売名称「真美白花」（しんびはくか）の商標で市場から高い評価を得ている。

しかしながら、これまで育成地の準高冷地のみでの栽培にとどまり、栽培面積、生産量が限られ、出荷期間が8月上中旬に集中することから、品種の評価は高いものの「知る人ぞ知る」品種にとどまっており、市場からは出荷期間の長期化、生産量の増加を強く要望されていた。

そこで、他のユリにはない優れたポテンシャルを備えた「鳥巢の白蕾」を、本県を代表するオリジナルユリ産地として育成するため、その生産体制の整備、出荷期間の拡大に向けた新たな出荷作型の開発、市場等との連携強化によるブランド化、販売面の強化に取り組んだ。



図1 オリジナルユリ「鳥巢の白蕾」

表1 「鳥巢の白薔」の産地育成・強化に向けた工程

	H26	H27	H28	H29
生産体制の強化		組織化に向けた働きかけ	【研究会設立】	
		新規栽培者の掘り起こし		
出荷期間の拡大	県機関の連携	自発的課題解決研修	佐城普及、杵島普及 花き担当との自発研修	
		農業試験研究センターでの栽培技術開発		
	平坦地栽培の提案	平坦地作型開発（～H27実証試験）		本格出荷
		準高冷地－抑制作型開発		本格出荷
			【リレー出荷開始】	
販売体制の強化		産地ブランド発掘事業 (国庫ソフト事業) 応募	生産者参加型マーケティング活動の展開 産地交流会・市場ニーズ調査等の実施	

2 普及活動の内容

(1) 産地体制の強化

(ア) 組織化支援

当初から JA で共同出荷されていたが、組織だった活動はあまり行われてこなかった。そこで、活動の活性化を図るため、研究会組織の立ち上げを提案し、生産者代表、JA と協議を重ねながら、新規栽培者の受け皿づくりを含め、新規栽培希望者に対する種苗の取り扱い、販売名称の利用、研究会活動の方向性等を定めた規約の策定等、組織化に向けた支援に取り組んだ。

(イ) 新規栽培者の掘り起こし

生産量を増加させるには、鳥巢地区のみでの産地規模の拡大には限界があるため、鳥巢地区のメンバーに対し、平坦地まで視野を拓げた産地の拡大を提案した。

まず、平坦地作型（後述）の導入にあたり、いち早く本格栽培を始めるため、管内に加え、県内他地域の佐城普及センター、杵島普及センター花き担当と情報交換を行いながら、本品種に関心が高く、前例のない平坦地でも作りこなせる高い技術力を備えた農家を選定し、栽培技術の開発と同時並行して、県内全域で栽培希望者の掘り起こしに取り組んだ。

(ウ) 研修会の開催

栽培期間中、定期的に現地研修会を開催し、農業試験研究センター（以下、農試センター）、農業技術防除センター、管外の佐城、杵島普及センターの参加を得て、生産出荷計画や新技術に関する情報交換を行い、連携しながら新規栽培希望者へのフォローアップに取り組んできた。



図2 現地研修会の様子



図3 栽培希望者へのフォローアップ

(2) 出荷期拡大に向けた取り組み

市場サイドから長年要望されてきた出荷期間の拡大について、冷涼な準高冷地での慣行技術の作型では、7月中旬から9月上旬の3ヶ月弱が限界であった。

そこで、試験研究課題として要望し、農試センターにおいて、「鳥巢の白蕾」の基本的な生育開花反応の解明、開花促進技術の開発に取り組んでもらうとともに、農業技術防除センターを通じ、普及指導員研修の一環である「自発的課題解決研修」のテーマに取り上げ、他普及センター花き担当と本品種の平坦地での取り組みの可能性について、管轄内外を問わず1年にわたり現地検討、情報交換を重ねた。

(ア) 平坦地作型の導入 (図4-1)

これまで準高冷地のみで栽培されていた「鳥巢の白蕾」は、平坦地で栽培する発想がなかったが、慣行作型より早い5~7月上旬出荷の促成作型については、温暖な環境の平坦地が適すると考えられた。

そこで、平成26~27年に管内の平坦地(巖木地区)で鳥巢地区の慣行作型(3月定植→7月中旬出荷)と同作型の実証試験に取り組んだ。

その結果、鳥巢地区より約1ヶ月弱早い6月下旬から採花できたため、平成28~29年にかけて、杵島普及センターと技術連携のもと、江北町での本格栽培を開始、定植時期を1月に早め、鳥巢新作型でも活用した電照による長日処理を組み合わせたことで、6月上旬からの出荷が可能となった。

(イ) 鳥巢地区での新作型の開発 (図4-2)

準高冷地において、慣行作型より遅い9月~12月出荷作型の開発に向け、現地実証試験(調査研究テーマ)に着手した。この作型では、育苗期間が高温長日となるため、成苗率が極端に低く、平成27年、平成28年の2か年間ともに、期待した結果が得られなかった。

しかし、2か年間の試験を踏まえ、生育初期の不発芽等の課題が農試センターが開発した電照による長日処理技術を用いることで、10~12月の短日に開花させることが可能であることが分かった。

そこで、取り組み3年目に、研究会で7月に収穫した切り下株からの萌芽を利用した2度切り栽培と白熱灯電照を組み合わせる技術を検討し、導入することで、目標とした10~12月の出荷が可能となり、年末需要期の高単価販売に結び付いた。

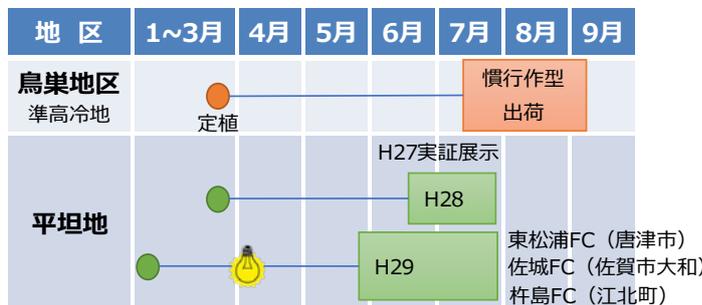


図4-1 平坦地6~7月出荷作型(促成栽培)

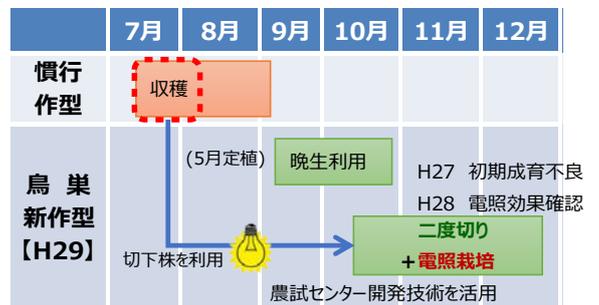


図4-2 鳥巢地区9~12月出荷作型(抑制栽培)

(3) 販売体制の強化

生産体制の整備を進める一方で、「真美白花」のブランド力を高めるため、平成27年度に「地域ブランド発掘事業」(国庫ソフト事業)に応募し、活動予算を確保し、平成28年度~29年度の2か年間、市場、仲卸、小売店等の実需者との結びつきを強める取り組み

に力を入れた。

この期間中、新たに産地に市場担当者を招いての「産地交流会」の開催、関東、関西、九州の主要市場調査、花き市場での切り花展示とあわせた小売店等へのアンケート調査を研究会メンバーとともに実施した（図5）。

生産側は輪数が多いほど単価が高くなるため、多輪化を目標とした交配、栽培を行ってきた。しかし、調査を行っていく中で、購入する側は2〜3輪の輪数の商材が最も使い勝手がよく、価格を崩さず取り扱える量も多いと考えているなど、産地側が考えていた上位等級と実際に仲卸や小売店が求める規格（輪数）にミスマッチがあることが分かってきた（表2）。

また、研究会メンバーが直接、実需者からの品種に対する評価、用途、要望など生の声を聞くことで、改めてエンドユーザーの「鳥巢の白蕾」への期待、ニーズを肌で感じる機会となった。



市場関係者を招いての産地交流会



生産者による市場調査



市場展示・小売店アンケート調査

図5 実需者等との連携強化の取り組み

表2 市場への希望規格アンケート調査結果

輪数	1輪	2輪	3輪	4輪	5輪以上
市場名					
自己評価	—	×	○	●	△
A市場	—	○	●	△	×
B市場	△	●	○	×	—
C市場	×	○	●	△	—
D市場	—	△	●	○	×

注：表中の記号は、1位● 2位○ 以下△×-の順

3 普及活動の成果

(1) 「鳥巢の白蕾」研究会の発足

組織化に向けて継続して取り組んだ結果、平成28年度に、本品種の栽培者（希望者を含む）、JA、県内の普及センターで構成する「鳥巢の白蕾」研究会が誕生した（図6）。

現在、この研究会を中心に、マーケティング活動で得られた情報を基にしたブランド化検討会の開催や新たな作型開発に向けた栽培技術の共有、新規栽培予定者へのフォローなど、活発な活動が始まっている（図7）。



図6 研究会設立およびブランド化検討会

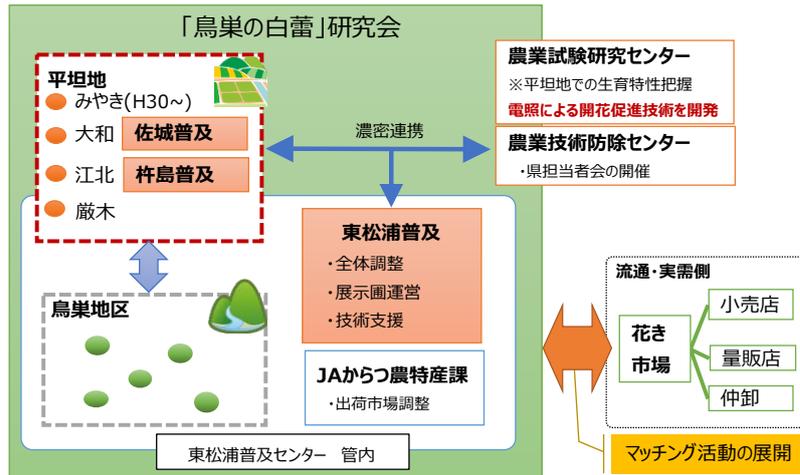


図7 現在の活動体制

(2) 出荷期間の拡大および生産量の増加

平坦地での本格的な6月～7月出荷の開始、鳥巢地区での抑制作型(9月～12月出荷)の開発により、平坦地から準高冷地へとスムーズに出荷につながるリレー出荷体系が構築され、従来の3ヶ月弱だった出荷期間は7ヶ月(6月～12月)となり、市場から熱望されていた出荷期の長期化が図られた。

その結果、取り組み前の平成26年と比較し、出荷本数および販売金額は平成26年産、22,600本、2,543,000円から、平成29年産59,034本、6,601,000円と約260%増加した(表3、図8)。

また、新たに平坦地栽培が始まったことで、平坦地の栽培者は、研究会を通じて栽培のバックアップを受けながら、通常のシンテッポウユリの2～3倍の高単価販売ができた。さらに、鳥巢地区ではこれまでコネクションがなかった平坦地生産者の出荷市場を新たに取り込むことで販路の拡大につながるといった相乗効果が得られている。

表3 生産販売実績の推移

年度	生産農家 (戸)	栽培面積 (a)	出荷本数 (本)	販売金額 (円)	単価 (円/本)
H26	4	11.0	22,572	2,542,912	112.7
H27	5	23.0	34,880	4,299,210	123.3
H28	5	17.6	39,946	4,734,288	118.5
H29	7	31.6	59,034	6,601,280	111.8
H26比	175%	287%	262%	260%	99%
H30	9	43.7			

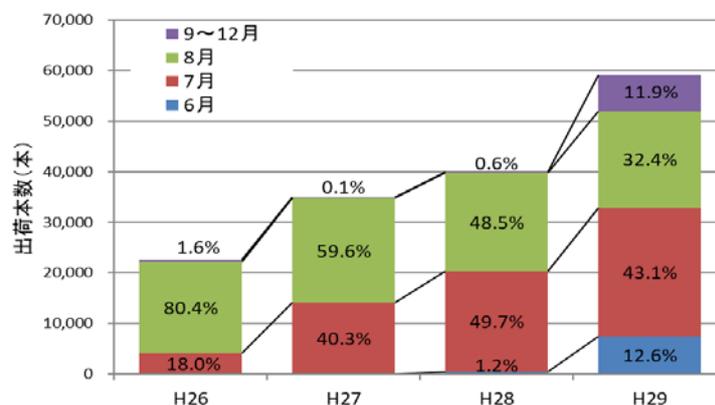


図8 年次および月次別出荷本数の推移

(3) 実需者を対象としたマーケティング活動

生産者参加型のマーケティング活動に取り組んだことにより、生産者自らが、「8月の出荷ピークをどうにかしたい」、「〇〇市場の希望する9月作型は自分が作付けする」といった声や、現地検討会の折に「今年はこのままだと多輪化するから、対応を検討しなければ」など、産地全体の問題を自らの課題として捉え、生産にフィードバックしようとするマーケットインの視点に立った生産活動が定着した。

平成28年までは依然として8月上旬に極端な出荷ピークがあったが、上述のマーケティング活動の結果、平成29年産の出荷は、6～7月出荷、9月出荷の割合が高められ、作型分散による出荷期間の平準化が進んだ（図9）。

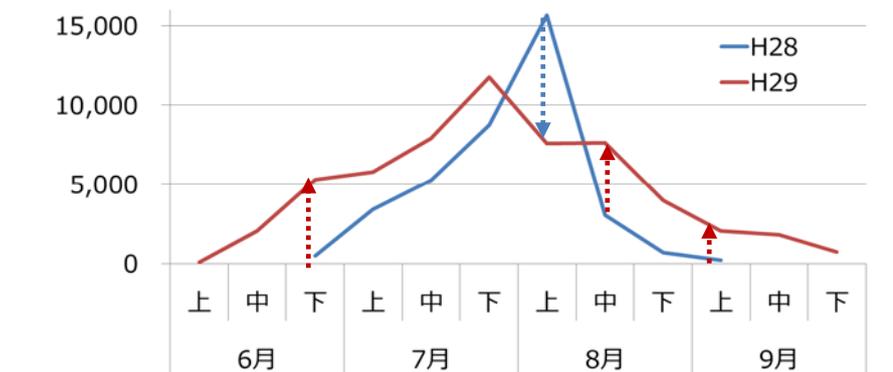


図9 月別出荷数量の推移の推移（H28・H29）

4 今後の普及活動に向けて

平成30年産から新たに平坦地域の生産者2名が研究会に加入、栽培を開始しており、普及センター間で栽培状況、出荷情報の連絡を密に取りながら、フォローにあたっている。

また、現在、周年出荷体系の確立を目指し、各地区で新たな作型開発の検討、試作に継続して取り組んでいるところである。

今後も、生産者、各関係機関が地域の壁を超えて協力できるようコーディネートを行いながら、一步一步、着実に産地規模を拡大し、より濃密なマーケティング活動で「鳥巢の白蕾」ブランドのイメージを磨き、佐賀県を代表するユリ品種、産地を目指した取り組みを展開したい。

最後に、今回の取り組みを通じて、他地域の普及センター担当、試験研究機関と連動した課題解決に向けた活動や実需サイドとのマッチングにどのように関わっていくかなど多くのことを学ばせていただいた。これらの経験を活かし、これからの本県花き産業の振興、普及活動に取り組むたい。

（執筆者 千綿 龍志）