

平成9年度試験研究成果

区分	指導	題名	りんどうの需要動向分析
[要約] 切り花りんどうの販売額が8～9月期中心に減少傾向にあるのは、出荷時期、出荷数量等が需要と合っていないためであるが、他産地では新盆需要等を対象とした作型にシフトし、有利な販売を展開しており、本県でも対応策を検討する必要がある。			
キーワード	りんどう	需要動向	企画経営情報部マーケティング研究室

1 背景とねらい

本県の花きの中心品目である切り花りんどうについては、出荷盛期の8・9月の平均価格が、ここ2年ほど低迷しており、りんどう産地での生産意欲低下に結びつきかねない状況となっていることから、その要因を明らかにし、有利販売に向けた対策への一助とする。

2 技術の内容

(1) 市場データ分析

- ・切り花全体の販売額が微増傾向にあるなかで、りんどうの販売額は、1994年をピークに低下してきている(表1)。
- ・月別の販売では、8月、9月の占める割合が高いが、需要関数を用いて量と価格の関係について分析すると、'92～'96の決定係数は'88年からの各5年毎の値に比べて極端に低下しており、今までの需要とは異なる傾向(入荷量増えても販売額が増えない)が認められる(図1、表2、表3)。
- ・このような販売環境にあって、東京都中央卸売市場での競合県の出荷動向を分析したところ、栃木県、長野県では、7月以前の出荷比率が増大しており、年間の平均単価も本県と比べて高くなっている。(表4、5)

(2) 市場及び小売店調査

- ・本県産りんどうは圧倒的なシェアをもっており、出荷時期の物日からのずれや、下位規格品等の過剰出荷は、りんどうの市況全体を低下させることになるほか、産地情報の不足が市場での対応を困難なものとしている。
- ・仏花以外に使用用途を拡大するため、色、花形の状態、草姿に工夫した育種が必要である。
- ・7月の新盆需要にむけられれば、出荷量の拡大は可能である。

(3) 競合県産地調査

- ・栃木県今市市では、被覆栽培を導入し、本県のりんどうが出荷される前の5～7月の早出し出荷にシフトしている。
- ・施設導入によってコストは増加するが、高品質で採花数が多く、安定して高単価であることから、この地域においては、収益性は露地よりも高くなり、増加した経費も早期に回収されている。

3 指導上の留意事項

- (1)現在の8～9月の過剰出荷を産地で調整するため、開花予測精度の向上と、有利販売に向け、市場、仲卸業者等需用者への迅速な事前情報の伝達体制の確立をすすめる。
- (2)同じく出荷の長期平準化のため、県内産地の気象条件等を考慮した品種の適正配置及び前進作型の導入を行う。
- (3)極早生品種、及びアレンジ向け等使用用途を拡大する品種のさらなる開発をすすめる。

4 技術の適応地帯

県下全域

5 当該事項に係る試験研究課題

[農業構造4-1-(1)]ア農畜産物の市場動向分析

6 参考文献・資料

農産物マーケティングのための情報処理システムに関する研究第3報「岩手県産りんどうのマーケティング戦略」(小川勝弘 岩手県立農業試験場研究報告 1991年)

7 試験成績の概要

(具体的なデータ)

表1 切り花りんどう販売金額

年次	年計数量 (千本)	単価 (円/本)	年計金額 (千円)
1988	58,111	43	2,391,646
1989	64,075	43	2,660,110
1990	68,605	49	3,369,825
1991	67,390	48	3,321,787
1992	64,962	48	3,311,584
1993	64,446	51	3,512,826
1994	71,990	55	4,230,107
1995	72,908	51	3,943,187
1996	72,403	42	3,261,789

(出典資料：(社)日本花き卸売市場協会
「花き市場流通調査概要」)

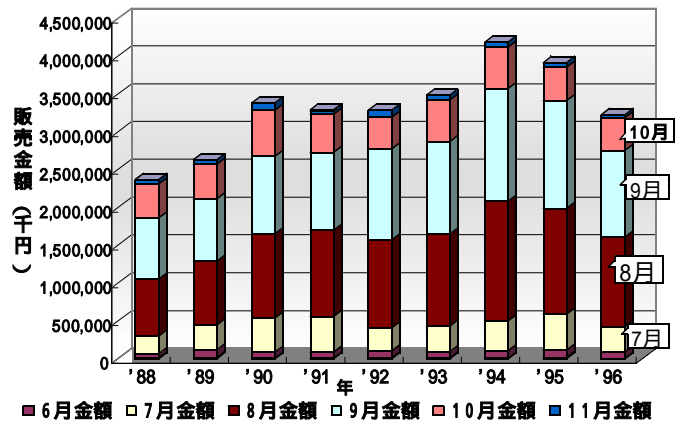


図1 切り花りんどうの月別販売金額(全国計)の推移

表2 主要月別単価の推移 (単価：円/本)

	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
過去5年平均 ²⁾	116	77	63	49	57	47	45
1996年	107	78	68	46	40	39	44

注1) 出典資料：同上

2) 1992年～1996年平均

表3 切り花りんどう年次別需要関数の推移 (東京地域 8月)

年	定数項(a)	t値	回帰係数(b)	t値	回帰係数(c)	t値	決定係数	d.w比
'88～'92	-3.917	1.285	0.448	0.495	0.038	0.630	0.872	3.602
'89～'93	-3.875	0.925	-0.051	0.068	0.086	2.290	0.887	2.859
'90～'94	9.010	3.685	-1.615	6.122	0.093	14.842	0.993	2.881
'91～'95	10.591	4.128	-1.756	6.264	0.089	12.521	0.990	2.560
'92～'96	0.727	0.042	0.108	0.066	0.021	0.021	0.068	1.463

需要構造を把握するため、前述資料について全国11市場地域別に月ごとの両対数トレンド型の需要関数を測定したものである。

$$\log P_c = a + b \log Q_c + c \times T$$

P_c：りんどうの地域別・月別卸売価格(円/本)(月別消費者物価指数でデフレート)

Q_c：りんどうの地域別・月別卸売数量(千本)

T：西暦年(年：下2ケタ)

表4 都中央卸売市場入荷産地別7月以前出荷量比率

年次	岩手県	福島県	栃木県	長野県
1993	4.8%	12.7%	58.1%	24.4%
1994	6.2%	10.4%	33.1%	36.7%
1995	13.1%	10.3%	49.9%	37.7%
1996	2.7%	6.6%	53.0%	38.2%

表5 東京都中央卸売市場産地別単価の推移

年次	岩手県	福島県	栃木県	長野県
1993	52	46	55	71
1994	56	50	57	67
1995	49	50	61	62
1996	41	34	57	59

単位：円/本

<<市場調査聞き取り内容>>

- (1) 調査日時 平成9年8月5日
- (2) 聞き取り相手 大田市場 (株)大田花き() セリ担当者
() 全国の市場卸会社188社中切り花については全国一位のシェア(約8%)を占める。
- (3) 聞き取り内容
 - ・りんどうは昨年(平成8年)は10日遅れの出荷となり価格を下げたが、逆に本年はかなり多い出荷量である。昨年の8月上旬分の数量が1日で入荷しているため飽和状態となり値を崩している。
 - ・仲卸業者は、予約相対で数量を押さえているが、過剰な出荷により、セリ値が暴落し、予約を入れた業者に不利となっている。
 - ・入荷情報は1週間前に、確実なものは遅くとも1日前に、仲卸まで流しておけば入荷のパターンから売り先を確保できると思われる。
 - ・りんどうは一般のアレンジ等への使用頻度が低いため、仏花需要以外は常に飽和状態になっている。使い道を広くするには、色、咲き方(つぼみの状態)に改良が必要。(例 長野県の個人が育種したピンクのカップ咲き品種等は引き合い強い)
 - ・需要期としては8月後半は難しい。7月の新盆向けに増量して欲しい。
 - ・スーパー等の量販店が扱うホームユース向けが増えており、これらに対応したM、S規格があれば、L規格で買って短く切ったりする手間が省ける、こうした使い手に合わせた製品化をお願いしたい。

<<競合産地調査聞き取り内容>>

- (1) 調査日時 平成9年8月4日
- (2) 聞き取り相手 栃木県今市市りんどう生産者(りんどう栽培面積50aうちハウス被覆栽培30a)
- (3) 聞き取り内容
 - ・露地の作型では岩手に勝てないということでハウス被覆栽培を7年前から開始。
 - ・12月末よりビニール被覆開始し、1月より二重トンネルで保温。
 - ・当地域は冬期間降雪量も少なく、日照時間も他地域より多いこともあって、5月から出荷開始となる。
 - ・品種については極早生品種の中から選抜し、それを育苗会社に苗製造委託。苗代は1株30～50円
 - ・雨よけであることから、病害虫に罹りにくく、防除は採花前後で3回程度。
 - ・採花年数は5年、採花本数は10a当たり5万本を目安としている。
 - ・ビニールについては毎年交換。収量、品質の確保を考えればコストは安い。
 - ・生産費については、物材費で10a当たり40～50万円の経費となっている。
 - ・単価については、7月の新盆前で150円弱の価格が目安となっている。
 - ・平成8年現在、部会員19名で5千万円の販売実績。