

県下の昨年の花き生産額は二百十四億九千万円余。農業生産額全体の伸び率が前年比三・四%なのに対し、花きは一七・八%という高い成長をしている。生産現場ではバイオテクノロジー（生物工程）を駆使した品種改良や新栽培システムの開発が急ピッチだ。異業種企業のアグリビジネス（高付加価値農業）参入の動きも出てきた。急伸する信州の花の最前線を見た。

「トルコギキョウは県産花の新ヒーローですよ」。

県園芸系課の峯村健一花き加工係長は、県産花きの三大基幹品目であるカー

一気に大輪洋花人気

ネーション、菊、リンドウに代わって、今後は「トルコギキョウやユリ、スターチスなど洋花の生産比重が増し、和で行くだろう」と予測する。洋花人気は数字がはつきり物語る。中でもトルコギキョウは五年前の約四・二倍になった。この花の生産が県下で本格的に始まったのは八〇年ころで、当時の生産額は一億二千万円余だった。が、昨年は十二億九千九百万円余に達した。このほか、昨年のユリの生産額でトルコギキョウがリ



トルコギキョウ、スターチス、アルストロメリアなど高級品イメージの強い洋花が贈答品として人気化の兆し（長野市内の花専門店）

ドウを追い越し、ついにカスチス人気になりますよ」と話す。生産額第三位の座を奪ってしまつた。県産花のほとんどは中京・関西、首都圏方面に出荷される。花の用途は、冠婚葬祭やけいこ花向けからパーティーやイベント会場の演出、店内装飾、公共施設の花壇、贈答品、趣味園芸用などに多様化。峯村係長は「高級品イメージが強く、贈答品に向く洋花はま

しおれにくいこと。品種も百数十種類もあり、カラフルな色合いの花が何通りも楽しめる。多様化する消費者の好みにマッチしたようだと人気化の秘密を分析する。洋花の需要が高まり、生産額が急激に伸長する中で、販売体制の遅れが目立っているのか」と上田市の花き生産農家三三。「最近では郵便小包や宅配便で直販する農家が増えている。消費者にも安く供給できるし、農家の収入増にもつながる」と流通経路を疑問視する。「生協や宅配業者との連携による直販体制の確立も、新年度の検討課題」とも、県経済連花き課。県下の花き栽培農家は農業離れが進むのとは逆に十年前より二千五百戸増えて八千二百三十戸になった。この生産意欲を育てるために、県産花きの増産・販売体制をどう築くのか。行政、農協、生産農家の協力関係の在り方が改めて問われている。

高級感強く…販売体制課題

始めた。県経済連は、昨春の機構改革で野菜部に花き課を新設。花き販売体制の強化に本腰を入り始めた。系統共販シェアが八〇%を超すトルコギキョウは、その旗頭的存在だ。JR東日本と提携して駅張りポストやクーポホルダー（切符入れ）に県産花きの写真を印刷したり、

トルコギキョウの生産シ
エア全国へは、他社の追
を許さない新品種の開発に
支えられている。島野葉花
き試験場が長野市に設置さ
れた七六年当時、トルコギ
キョウの花の色は米國原産
の白、ピンク、紫の三種
類。が、現在では白地に
紫、紫地にピンクといった
バステルカラータイプな
ど、十五年余に県下各地で
百数十種類も生み出され
た。

その中心となったのが同
試験場の塚田晃久花き部
長。三人の研究員と七六年
から七年間かけて交雑育種
を繰り返して、三色の中間色
である淡紫桃色の新品種シ
ナノオーキツトを開発した
のが口火となった。同試験
場が開発し種苗登録した五
種類のうち、シナノオーキ

ツトを筆頭に、シナノホソ
イト、長・花5号などの品
種に人気がある、という。
同試験場の付帯施設とし
て、四月には待望の「細胞
工学育種実験室」が完成。
遺伝子組み換え実験室を中
心に材料・増地調整室、分
析調査室などが設置され、
最新の遺伝子工学機器を導
入した細胞融合による新品
種開発、耐病性のある優良

人気支える新品種開発

これがうまくいった。苦
品種開発などにも着手する
苦労は尽きない。現在は、
計画、という。

これまでの花きのバイオ
テクノロジー(生物工学)
研究では、苗の成長点を切
り出して人工培養し、クロ
ーム苗を増殖するのが精
いでいる。トルコギキョウ
のほか、新鉄砲ユリとスブ
つばい。遺伝子組み換えに

よる花きの新品種開発はま
だ例がなく、塚田部長は
「研究施設が整っていない
高温障害を起しやす
い」と意欲を見せる。

同試験場は新年度、標高の
高い涼しい場所での育苗を
行い、温暖な場所での育苗
に「標高差利用」による苗
生産の効率化研究に

の新品種開発に取り組み
方で、地元花き農家への苗
供給センターの役割も果た
している。

品質の高いウイルスフリ
ー(無菌)苗と、苗の成長
点を切り出して人工増殖し
たメリクロン苗の生産が中
心で、昨年はトルコギキョ
ウの苗三百万本、スターチ
ス二万七千本、グラジオラ
の球根二千個を供給し
た。



上田市農業バイオセンターの培養増殖室。
無菌状態で幼苗を大量に増殖している

バイオテク駆使 新しい色次々

ただ、上田市には市農協
と塩田農協の二つの農協が
あり、塩田農協の花き農家
で自然発生した新品種を同
センターが増殖し、市農協
にも供給しようとしたこと
ろ、塩田農協が新品種の所
有権を主張して中止になっ
たことも。同センターの武
田正男主任研究員は「農協
合併がスムーズに進めばお
かしな構えは意識はなくな
る。上田が名実ともに花き
の主産地になるためには、
農協改革が先決ですね」と
真剣な表情で話した。

上田には信大の繊維学部
もあり、バイオ技術の研究
交流も盛ん。静岡大学農学
部の大川清教授がアメリカ
から持ち帰ったトルコギキ
ョウと地元品種を掛け合
わせて、これまで困難とい
われていた黄色の新品種を
生み出したことも。「ここ
は花きの産官学共同研究所
のようなものですよ」と同
センターの深井武雄所長。

総ガラス張りの巨大なハウスの中に、四列の育苗ペルト。その上に無菌培養中のカバーシヨン苗がひっそり詰まったケースがずらり。室温、湿度、採光、散水などはすべてコンピュータで自動管理という最新の「花工場」の中で、二人の作業員が横身を積み取る。コンピュータで靴を履き替えて下さい。外部の土を持ち込まないよう、無菌培養には細心の注意を払う。

日本たばこ産業(JT)が諏訪郡富士見町に二月に開設した「J-T・育苗センター長野」。同社が農業種輸入の柱として位置づけた花き育苗施設の第一号だ。

藤田哲所長は「富士見町近辺は日本でも有数の花き生産地。標高が高く、夏は冷涼、冬は日射量が多い気候条件は花の苗の栽培に向

ってつけ。JTの研究所で培ったバイオテク技術でその先端の成長点を取り出して無菌培養した幼苗を持ち込み、仕上げをここでを行い、実用センターで増殖する。狭い化を図りたい。花生産も分面積で大量生産できる「プロダクツ」を商品化し、将来的には三十五〜五十町の無菌苗を年間八百万本供給する計画という。

センターは敷地約五千五百平方メートルの育苗ハウス六棟延べ約二千二百平方メートル。通常の苗で育てたカーネーションは六種類ものウイルスに感染しているのが昔



日本たばこ産業が開設した「育苗センター長野」。花生産にもバイオテク技術を本格的に実用化する時が来た

バイオテク苗供給工場

する。総建設費は約二億二千万円。二年間は試験期間として位置づけ、当面は無菌苗を使えば、花の大きさが生産できれば、採算は合点がいくと藤田所長。

元で生産が活発なカーネーションを選び、その無菌種開発者のパテント(特許)が中心。同社の植物開発研究所(栃木県小山市)か

千円。それでも無菌のようにならなければならない。育苗の平間や原村農協などでつくる南見える。ここで増殖した高価な商品価値の高い花が産出できれば、採算は合点がいくと藤田所長。

「花生産振興には願ってもない話。地域に根ざした育苗センターにしてほしい」と同連合会事務局。藤田所長も「生産した苗を販売せず

生産の企業化 資本と連携も

るには農業経営のプロである農協を頼らざるを得ない」と地域との協力を強調する。

こうした大企業との連携を図る半面、南安農協福高町の「アルプガーデン」の法人「アルプガーデン」企業化を進めている所もある。敷地面積約八千平方メートル、総ガラス張り二棟五千

にした装置で、約三十五万鉢の鉢花が同時に栽培できる最新の花生産システムだ。

室温、湿度、採光、散水を自動管理。農事組合で、常時十人弱が生産に従事する先駆的な企業経営の「ハイテク花の生産工場」だ。

八七年秋から本格的に稼働を始め、マダガスカル島原産のカランコエの鉢花などを育苗、出荷している。今では親元名所ともなっている。「見せる農業にもなっているんですよ」と小林理事。設備投資に約四億円(県半額補助)かけた。

県内の花農家の温室、ハウスなどの施設化率は約三割。高品質で安定した供給基地化には課題も多い。小林理事は「時代の先端を行くにはそれなりの苦勞も覚悟しなくては。行政も農協も、もっと積極的に花にも目を向け、投資する時」と注文をつけた。

「ハーブは心の栄養剤です」と。長野ハーブガーデン(長野市)の竹内典子さんはレモンバーム、スペアミント、レモングラスなどの自分でブレンドしたハーブティーが自慢だ。

「初めてハーブを飲み食いする方には「まずいでしょ」と聞かれます。日本人にはまだなじみの薄いものですが」。ナスターチウム、タイム、ローズマリー、ラベンダーなどをまぜ合わせた手製の花サラダも作る。ローズマリーは記憶が良くなる、ラベンダーは精神安定に良い、などの効果があるという。

「ハーブは心の栄養剤です」と。長野ハーブガーデン(長野市)の竹内典子さんはレモンバーム、スペアミント、レモングラスなどの自分でブレンドしたハーブティーが自慢だ。

ハーブ食へ「心に栄養」



長野ハーブガーデンの語らいの場。「心の健康づくりはハーブで」とPR

消費の拡大へ 香りも売り物

九月、ハーブやレモンなどの香料を断続的に発香させる装置とストレス解消音楽を自動制御で流す装置を組み合わせた、快適な室内環境を生み出す新システム「NACCS(ナックス)」を開発。本社内にモダールームを設け、環境ビジネスに乗り出した。香りはペパーミント(眠気覚まし)、ジャスミン(不安解消)、ハーブ(消化促進、体の機能増進)など七種類ある、という。

モダールームを開設してから「タクシー会社の仮眠室に」「新車展示場の待合室に」「病院の精神診療室や待合室に」「ホテルの客室に」……、問い合わせが殺到している。北沢光雄整備部長は「香りビジネスは確実に花の消費拡大につながる一つの道。県産ハーブの集産化を考える時では」と話す。フラワービジネスの可能性は、花を「見る」「贈る」から、「食べる」「香りを楽しむ」「薬用効果を追求める」へと広がっている。

「ハーブは心の栄養剤です」と。長野ハーブガーデン(長野市)の竹内典子さんはレモンバーム、スペアミント、レモングラスなどの自分でブレンドしたハーブティーが自慢だ。

「ハーブは心の栄養剤です」と。長野ハーブガーデン(長野市)の竹内典子さんはレモンバーム、スペアミント、レモングラスなどの自分でブレンドしたハーブティーが自慢だ。

「ハーブは心の栄養剤です」と。長野ハーブガーデン(長野市)の竹内典子さんはレモンバーム、スペアミント、レモングラスなどの自分でブレンドしたハーブティーが自慢だ。

「ハーブは心の栄養剤です」と。長野ハーブガーデン(長野市)の竹内典子さんはレモンバーム、スペアミント、レモングラスなどの自分でブレンドしたハーブティーが自慢だ。

「ハーブは心の栄養剤です」と。長野ハーブガーデン(長野市)の竹内典子さんはレモンバーム、スペアミント、レモングラスなどの自分でブレンドしたハーブティーが自慢だ。

「ハーブは心の栄養剤です」と。長野ハーブガーデン(長野市)の竹内典子さんはレモンバーム、スペアミント、レモングラスなどの自分でブレンドしたハーブティーが自慢だ。

「ハーブは心の栄養剤です」と。長野ハーブガーデン(長野市)の竹内典子さんはレモンバーム、スペアミント、レモングラスなどの自分でブレンドしたハーブティーが自慢だ。

「ハーブは心の栄養剤です」と。長野ハーブガーデン(長野市)の竹内典子さんはレモンバーム、スペアミント、レモングラスなどの自分でブレンドしたハーブティーが自慢だ。

「ハーブは心の栄養剤です」と。長野ハーブガーデン(長野市)の竹内典子さんはレモンバーム、スペアミント、レモングラスなどの自分でブレンドしたハーブティーが自慢だ。

「私、この花がいい」。
真夜中の午前一時ごろ、長野市の盛り場・横塚町の一角で、ほろ酔い気分の男女が自動販売機の前で真剣に花を選んでいく光景が目につく。「花のつかた本店」(長野市)が昨年十月、県下で初めて設置した花の自動販売機だ。
塚田義則社長は「花を身売店―消費者」という流通経路も宅配便の普及で変わった。奥さんや子供の誕生日を忘れた時に、彼女へ家や農家と契約した通信販売の手土産にと、夜遅くても買える自動販売機はとても便利。遊び心で買っても鉢花や切り花専用のパックさえあれば」と話す。長野駅前にも設置する計画で準備を進めている。



*花工場、の隣りに直売所を設けた穂高町のアルプガーデン。花の生産・流通システムが大きく変わりつつある

花の流通に変革の波

直徑二十センチほどのバスケットにバラ、カーネーション、カスミ草などの切り花十数本を組み合わせて生けた「アレンジフラワー」と呼ばれる「花かご」を無人販売している。パレンタインターにはチョコレート、特売日には宝くじ付きにするなどの工夫もあって、一個二千―三千円のものが一、二日平均十個くらい売れている、という。

花の用途が多様化し、生産者もある。産規模が拡大するのに伴って、花の流通システムも大きく変化している。花の白いでいる。半導体素材加工などの平林(長野市)は、一週間に一度のペースで宅配するサービスを実施して、こうした販路の多様化の

「農家―農協―市場―小日、結婚記念日など指定された日に確実に花をお届けする。格に転嫁されて非常に高サービスを行っている。コイ(コスモ企画の村山義敏(根氏三十度以上)になる。水を吸い上げなかったり、映がずにおかれてしまいう。眠る・現象を起こしてしまうからだ。

眠り・防止の切り札と

自販機や宅配 販路は多様化

とって、長距離輸送の弱点を克服していかに鮮度を保つかが勝負。切り花は高温(摂氏三十度以上)になる。水を吸い上げなかったり、映がずにおかれてしまいう。眠る・現象を起こしてしまうからだ。

「おわり」

年)と他の農作物に比べ低くして最近注目されているもの、都会への出荷が増えるに従い増加傾向にある。県も花の生産に加え、流通にも力を入れ始めた。中京・大阪、首都圏方面など遠方の花市場への出荷量が多い県下の花き農家に

が良く、品質に対する市場の評価が高まった」という。県は新年度、「花き予冷施設」の普及事業に乗り出すことを決め、新年度予算に三千五百万円を計上、富士見町農協に新たに設置する方向で検討を始めた。花の生産・流通体制の強化で、南佐久農協のカーネーション栽培農家の半数以上が年取一千万円を超え、若くとも一千万円を稼ぐ可能性が農業にはあることを裏証した。「会社では部長クラスだ。花生産が3K職場の農業のイメージを変え、若者が農業に真向きを向けるきっかけになっでほしい」。内藤課長は、花に農業の将来を見る。