



**[書評] 今西英雄・福井博一・内藤重之・柴田道夫
・ 土井元章・宇田明・田中孝幸・西川照子著 『日
本の花卉園 芸光と影 : 歴史・文化・産業 : シリ
ーズ・いま日本の「農」を問う?』**

著者	付 雪夢
雑誌名	史泉
巻	126
ページ	A37-A42
発行年	2017-07-31
その他のタイトル	[Book Review] Japanese Flowerculture : History, Culture, Industry
URL	http://hdl.handle.net/10112/16360

〈書評〉

今西英雄・福井博一・内藤重之・柴田道夫・
土井元章・宇田明・田中孝幸・西川照子 著

『日本の花卉園芸 光と影 – 歴史・文化・産業 –
シリーズ・いま日本の「農」を問う⑪』

(ミネルヴァ書房, 2016年3月刊, 375頁, 3,456円)

付 雪 夢

1

本書は『いま日本の「農」を問う』シリーズ, 全12巻のうちの1冊である。全体を8章に分けて, 日本における花卉園芸の歴史と文化, さらに産業としての現状と課題を8名の専門家が展望する。第1章から第6章までは, 第二次世界大戦, 高度経済成長, オイルショック, バブル景気など, 時代の流れとともに大きく変質してきた花卉産業の歴史と現在を解説する。第7章と第8章は万葉の昔から受け継がれる, 日本人の美意識と高い技術が培った園芸文化の歴史をたどる。本書の論考の多くは農学の観点から書かれているが, 地理学的見地からも多くの示唆を与えてくれる。

以下が章目次と執筆者名である。

- 第1章 日本の花卉産業—戦後から現在・将来へ— (福井博一)
- 第2章 日本の花卉流通—その変遷と近年の動向— (内藤重之)
- 第3章 花店の変遷と成長—花の消費拡大を目指して— (今西英雄)
- 第4章 花卉育種の変遷—ユリからバラまで— (柴田道夫)
- 第5章 花卉の品質管理技術の発展と課題—生産から流通・消費まで— (土井元章)
- 第6章 栽培・流通の実態と問題点—一次の100年のために— (宇田 明)
- 第7章 日本の園芸文化—江戸の園芸は世界最高レベルだった— (田中孝幸)
- 第8章 日本人の植物愛好—キクを通してみる「室町ごろ」— (西川照子)

2

第1章は, 岐阜大学応用生物科学部教授の福井博一氏が農学の視点から戦後から現在まで日本の花卉産業の変遷と課題を論じる。著者がまず全体的に日本の花卉産業のあゆみを概観し, 切り花, 鉢物, 花壇苗の三つに分けてそれぞれ歴史の変遷と現在の課題を取り上げ, 最後に花卉の国際流通について述べる。第二次世界大戦以前の花弁球根輸出(ユリ球根など)は日本の花卉産業

の主力であるが、第二次世界大戦の勃発とともに贅沢品として減産または中止させられた。戦後、経済成長とともに華道が隆盛をむかえて稽古花の需要が高まった。そのため国内切り花生産は激増したが、花卉球根の輸出は減少した。しかし、バブル経済の崩壊を契機に価格が低迷し、花卉類の輸出に対する関心が再び高まっている。このような状況のもとで、人件費が高く加温などの生産経費や国内流通経費が高い日本からの海外輸出は不利で、しかも為替変動や種苗の無断増殖など知的財産権の侵害リスクもあることから、花卉輸出が必ずしも有利とは言えないことを指摘する。切り花や鉢物そのものではなく、知的財産権である育成者権に基づく海外での栽培許諾権の輸出が、今後の花卉輸出の主要な取り組みとなっていくであろうと主張する。

第2章は琉球大学農学部教授の内藤重之氏が日本の花卉流通の変遷と近年の動向を考察する。切り花、鉢物、花壇苗の需給と流通経路、花卉流通の歴史的展開、現在の大規模花卉卸売市場における取引の特徴について述べたあと、大規模卸売市場と小規模卸売市場間の格差の拡大と仲卸業者の経由率の低下によって、仲卸業者の経営が悪化することが懸念されると著者は指摘する。そして最後には、切り花流通における近年の湿式低温流通と日持ち保証販売の取り組みについて述べる。このような取り組みによって切り花の消費拡大が実現し、消費者が増えるとともに、花卉産業がより活性化することに期待をよせている。

第3章は大阪府立大学名誉教授の今西英雄氏が小売花店の変遷と成長を分析した章である。この章では、花売りの始まりから現在までの花店の変遷から述べ、統計数値調査（経済産業省『商業統計』、総務省『家計調査年報』）の分析などによって、近年の花店の現状を論じる。著者は花の消費と花卉産業とは相関関係があると指摘する。花が売れなければ過剰生産となって価格を下げ、花卉産業全体が低迷することになる。花の消費拡大があつてこそ、花卉産業全体の活性化が可能とする。花の消費を拡大するには、消費者と花店の役割は大きい。そのための施策として、著者は経済情勢に左右されにくい、個人用や家庭用消費の拡大策をあげる。花の専門店の対応としては、消費者ニーズに応えることが必須である。第一印象で消費者の心をとらえるような店構えで、立地条件がよく、外からセンスの良いブーケやいろいろな種類の花が見えることも重要である。リピーターを増やすには、値段が手頃で、日持ちがよいという条件が加わる。スーパーなどにおける対応としても、日持ちのよい花を納得のいく価格で提供することが大切である。そして、消費者に購買意欲を抱かせるような宣伝活動も欠かせない。日本の場合、花の消費拡大のため、資金を拠出して、消費宣伝に取り組むべきと提唱しているが、テレビ宣伝の経費すらないのが現状である。オランダのように、花の消費宣伝や消費者ニーズ解析などに要する経費を市場の販売手数料の中から生産者、買参人、市場が拠出する仕組みを一日もはやく作ってほしいと著者は主張する。

第4章は日本園芸学会会長である柴田道夫氏がユリ、キク、トルコギキョウ、カーネーション、バラといった、日本で生産、流通の多い種類を中心に、花卉育種の変遷を概観する。ユリは胚培養技術と花柱切断受粉法を組み合わせて従来獲得できなかった遠縁の組み合わせによって新しい雑種が獲得されてきた経緯がある。しかし、現代のユリの主要な品種は海外育成品種である。著者は、もともと日本で多くが自生であったユリが、現在は海外生産された球根を輸入して

国内で栽培する状況から育種力低下を指摘する。

同様に東アジア（中国）起源であるキクは、いったん西洋に渡り、商業生産用に育種改良されて日本に逆輸入された。キクは日本で栽培される花きの中で最も重要な種類である。農林水産省『平成25年産花き生産出荷統計』によると、キク切り花の国内生産量は約16億本で、輸入分を加えると日本では毎年20億本近いキクが消費されている。キクは秋に開花する性質（短日性）を有しているが、南北に長く多様な気候条件を有する日本では、さまざまな生態型のキクを用いて季節的に各地で生産分担して、周年供給する生産体制が確立していった。また、1936年に植物に花芽を形成させる物質、フロリゲンの存在がチャイラヒャンによって提唱された。2013年にはフロリゲンと正反対の動きをもつアンチフロリゲン遺伝子があいついで単離され、フロリゲンとアンチフロリゲンのバランスによりキクの開花の分子機構が成り立っていることが明らかにされた。著者は今後さらにキクの開花の分子機構の解明が進むことによって、より精度の高い開花調節技術の開発につながると期待している。

コロラドやテキサスを中心とした北米に自生する植物であるトルコギキョウは、昭和初期に導入され、日本で育種改良、生理生態的特性の解析、栽培・流通技術の開発が進んだ。その過程で紫色の一重から茶色の大輪・八重・フリンジに改良されていた。

現在、品種開発はリスクが大きいことから、花卉業界全体として品種開発への投資や取り組みが減少しつつある。前述したキク、トルコギキョウなど主要品種の変遷をみると、育成から全国的な普及までに約10年を要し、生産現場および市場での評価が確立して、主要品種として安定するまでには約20年かかる。しかも有力な新品種が現れると一気に品種が交替する。キクの育種会社からは毎年新品種がカタログで紹介されているが、傑出した品種が20年おきに交替する現状から、もう少し長いスパンで育種戦略転換の重要性を著者は主張する。また、品種普及のためには、育成者権のみならず商標権などの知的財産権を併用する手法も有効とする。

第5章は京都大学大学院農学研究科教授の土井元章氏が花卉、鉢物・花壇苗、切花の三つに分けて生産から流通・消費まで花卉の品質管理技術の発展と課題を論じる。花卉は基本的に観賞の対象であるので、観賞価値を高める要素と観賞価値の持続期間を長くする要素が併存する。鉢物の生産は、通常生育に好適な温度、光、湿度、養水分条件下で行われる。鉢物では草姿をコンパクトにするため、わい化剤の使用が一般的である。生産時の環境と出荷後の輸送や消費環境とのギャップが大きすぎると、急激に品質低下をきたす。鉢物では培養土の容量が限られることから、保持できる栄養分の量も限られる。品質を低下させない範囲で出荷前には緩効性肥料を与えて、食塩水を灌水することで効率よく水ストレスを与えることができる。

流通段階での品質管理では、落葉・落花と輸送中の水ストレスが大きな問題となる。落葉・落花に対してはSTS（チオ硫酸銀錯塩）や1-MCPが効果を発揮する。消費段階なら、温度や光強度が重要である。とくに花鉢物では、連続して開花させるためには、養水分管理が適切であると同時に、光合成による炭水化物の供給が不可欠である。

次に切り花の栽培管理と切り花品質との関係を、著者はバラを例として説明する。切り花の栽培には、養水分管理、温湿度管理、光周期の3要素が重要である。切り花の収穫は光酸素ストレ

スによる障害を発生させやすい日中ではなく、通常は朝の涼しい時間帯に、鋭利な鋏や刃物を用いて行うのが慣例となっている。また、栽培中には、下葉を取り除いたり、萎れた葉や葉先を切り取ったり、開花の見込めない不要な蕾を取り除く調整作業と、重さ、長さ、ボリューム、輪数の選別作業を行う。生産者は収穫後に生じている水ストレスを輸送前に解消することを主たる目的として、調整・選別の前後に水あげを行う。また、水あげを兼ねて品質保持剤を短時間で処理（前処理剤）を行う。水あげ・前処理剤が終わった切り花は、出荷に向けて箱詰め、あるいはバケットに入れて梱包される。水ストレスを受けやすいバラ、トルコギキョウ、茎が曲がりやすいチューリップでは、低温湿式輸送を採用する生産者が増えている。切り花の呼吸消耗と水分損失を抑える手段として予冷も行われている。

日本では花はトラック輸送が一般的である。高速道路網が整備された今日では、陸路さえ繋がっていれば生産地から数時間で最寄りの大都市の卸売市場へ輸送することが可能である。卸売市場では、商品情報の一環としてレファレンスルームを設けて、出荷されてきた切り花の日持ち試験を実施する市場も増えている。

第6章は民間の花き研究所の代表である宇田明氏が花の栽培・流通の実態と問題点について論じている。現在の日本は、切り花では年間52億本、鉢物・花壇苗では10億鉢を消費する消費大国であるとともに、切り花で75%、鉢物・花壇苗で100%を自給する生産大国でもある。しかし、日本の花産業は20世紀末にピークを迎えたあとは縮小が続いている。通常、野菜などの農産物では生産が減ると需要と供給のバランスがくずれ価格が上がる。価格が上がると生産が増え、また価格を下げる。農産物はこれを繰り返している。しかし、花では生産が減っているのに価格は安定している。著者は大阪鶴見花き地方卸売市場の『市場年報』と『花き生産出荷統計』により、大阪鶴見花き地方卸売市場における1995年以降切り花単価と生産量の推移図を作成した。国産切り花生産量は58億本から40億本へ30%以上減少したが、バブル崩壊後の2000年以降の単価は50円台前半ではほぼ安定している。これは消費そのものが減ったことと、輸入が増えたことで需要と供給のバランスが保てていることから説明している。

切り花全体では24%が輸入である。神事、仏事に欠かせないサカキ、ヒサカキは推定90%が中国から輸入されている。洋ラン類は87%でタイと台湾から、カーネーションは54%でコロンビア・中国から、スプレーギクは推定50%がマレーシアから、バラは19%でインド・ケニアから、輪ギクは推定6%で中国から、ユリ類は切り花としては5%であるが、その球根はほとんどオランダからの輸入である。その他、シダ類やワイルドフラワーも輸入に多く依存している。

日本の花産業はこれからどのような道を歩むのか。著者は100年の歴史を振り返り、現在と未来を考える。現在花産業は苦境に直面している。その原因はバブル後の経済の低迷と輸入が増えているという外的要因だけではない。100年間蓄積した組織的・構造的「疲労」という内的な要因が大きいと思われる。花産業の疲労は、組織への求心力が衰え、遠心力が働きだすことから表面化する。その一例が花生産者の全国組織、一般社団法人日本花き生産協会の組織崩壊があげられる。会員は都道府県単位の生産者組織であるが、脱退が相次ぎ、加盟都道府県は30を切り、流れ解散が始まっている。全国組織を失っては、花生産の拡大はまさに夢のまた夢である。ま

た、スーパーやホームセンターでの花の販売が増え、花を売る主役が変わってきた。花屋の店舗数は2002年には約2.7万店あったが、2014年には約1.6万店までに減少した。町の花屋の衰退は地方の花市場の経営を悪化させ、地方市場を顧客としている大都市の花市場での売れ行きを不振にし、生産者の売上を減らす負の連鎖をもたらした。切り花は表日と呼ばれる月、水、金にセリがあり、裏日と呼ばれる火、木、土のうち1日は休日で、2日が鉢物のセリ日になっていることが多い。その結果、切り花を主とする市場では月から土の六日間の数量を、月、水、金の3日間で流通させるので、職員の配置、荷捌き場やセリ場面積の確保などが青果物に比べて非効率となり、高コストの原因になっている。花の需要も年間一定ではなく、変動が大きい。需要が特別に多い日が物日と呼ばれている。入荷量が特に多いのは、3月の彼岸、5月の母の日、8月のお盆、9月の彼岸、12月の年末の5回である。母の日を除いていずれも宗教・伝統行事の日である。物日には花がよく売れ、市場価格も高くなる。逆に物日以外の日には花が売れず、市場価格も安くなる。このような物日と普段の日の格差が大きいことが花産業界を疲労させていることになる。

また、オランダを絶対的な手本にすることも組織疲労をもたらした。「花は見られて飽きられる」ので、いつも新しい種類、品種を提供し続けねばならないが、組織疲労で育種力が低下している。そして、花は少量多品目で、大量の種子販売が見込めず、種苗会社にとって利益が上がりにくいから、新品種開発数が減少している。

著者は日本の花生産が疲労から回復して元気になり、日本独自に行動をおこすしかないとして、次の6点を提案する。①先進国で作る人件費や資材費が高い花は、高品質でなければならない。切り花には外的品質、内的品質、均質の品質、納期品質、社会的品質の5つの品質がある。②安定供給と安定価格が必要である。③農学の振興。農学が栄えなければ農業も栄えることができない。④消費の拡大（新しい物日を作る、カジュアルフラワー、失われた需要の復活など）。⑤流通の方向の転換。⑥輸出の促進。

3

第7章と第8章は園芸文化、花文化の観点から花卉園芸を論じた内容で、これまでの章とは色合いを異にする。

第7章は東海大学農学部教授の田中孝幸氏が日本の園芸文化について論じる。第1節は文明以前の花卉園芸、文明の中の花卉園芸、文化としての花卉園芸と日本、中国からの影響の四つに分けて、花卉と文明の関係を論じる。文明以前の花卉園芸では、栽培されているもの（アサガオなど）の用途は、観賞植物ではなく食料などの生活必需品であった。第二段階になると、庭園に植ええられるものは果樹を中心に、メボウキ、タチジャコウソウなど香辛野菜、あるいは薬としての野菜など有用植物が多く、庭園に観賞植物が植えられることは少ないことが特色である。さらに次の段階では、花卉園芸は余裕から生まれたレベルの高い文化となる。江戸時代には日本の園芸文化のレベルがピークを迎えた。ツバキ、ツツジ、サクラなどの花木、庭木、オモト、斑入りな

どの珍奇な植物，キク，アサガオ，ユリなどの草木植物など欧米で栽培される重要な花卉類は日本で多種多様な品種分化が行われてきたからである。

第2節はツバキにはじまった江戸時代の園芸ブームについて述べる。ツバキブームは江戸時代初期の寛永年間に始まり，ツバキを描いた『百色椿』のような絵巻物や屏風絵なども多く出現した。そのブームの中で，斑入り，獅子葉，矮性などの葉の変異を楽しむ奇品嗜好が出現し，盆栽と生け花も盛んになった。

第3節は西洋と東洋の間の園芸交流，輸出入などについて述べる。日本庭園は世界中で高く評価されている。江戸時代に日本で育成された多くの品種は長崎の出島から中国を経由して，あるいは直接にオランダなどヨーロッパに渡った。明治時代には工芸品や日本庭園は，フランスやアメリカのボストンなどを中心に欧米に紹介され，ジャポニズムと呼ばれるブームを生んだ。

第4節はこれから日本人と花について論じる。日本人の花好きは江戸時代にピークに達し，現在も続いてきた。しかし，第二次世界大戦以降，園芸以外の娯楽が増えて園芸を趣味とする若い世代が減ってきていた。家庭園芸もガーデニングブームやハーズブームなど洋風化し，伝統園芸の後継者は少ない。このような状況の下で，著者は多くの植物の絶滅を危惧している。

第8章はエディシオン・アルシーヴを主宰する西川照子氏が民俗学的知見を活かして室町時代の『御伽草子』の中に「かざしの姫」という物語を通して日本人の植物愛好について考察する。この章では，日本のキクの精の物語「かざしの姫」と，中国の『聊齋志異』の中にボタンの精の物語「葛巾」と「香玉」，キクの精の物語「黄英」を比較することを通し，日本人の花に対する独特な愛し方を考察する。「かざしの姫」の中に，かざしの姫とキクの精との間に玉のような女の子が生まれた。この美しい姫が入内して，帝の子孫を生む。それで，天皇の血の中に植物の血が入った。日本人はすべての植物に神仏が宿ると信じ，とくに花は未来を予言する予兆の呪物として扱われた。

4

本書はそれぞれの章が独立した論考であるが，農学にとどまらず，植物遺伝学，生物学，経済学，歴史学，社会学にまで及ぶ，いずれも歴史的な流れを重視して多様な視点から現代日本の花卉園芸を論じている。そして，執筆者らは大学や研究所での研究のみならず，日本全国・世界の花卉生産者や流通・販売現場に自ら足を運び，現場の声に耳を傾けてきた。外国人留学生である私は，この本からフィールドワークによるデータ収集の必要性を知ることができた。このような多様な視点から書かれた本は，これから花卉産業を研究テーマとして選定していこうとする人にとって，大いに参考になる基本図書である。

(関西大学大学院文学研究科・博士課程前期課程・地理学専修)