

新品種かがり弁ギクの鉢物に対する流通関係者と消費者の評価

田中雄一¹⁾・早川優子²⁾・青木 献³⁾・小川理恵⁴⁾・金原義浩¹⁾

摘要：かがり弁ギクの鉢物について、流通関係者と消費者を対象としたアンケート調査により、鉢花(5号鉢)と寄せ植え用花材(3.5号鉢)としての適性を評価した。流通関係者は、新規性と独創性がある商品と価値判断し、ハンギングや寄せ植え等の新たな用途への利用を期待していた。寄せ植えを作製した感想からは、他の品目と合わせやすい等、適性が高いことが明らかとなった。消費者はインパクトのある魅力的な商品と判定した。寄せ植えの用途では、年末年始や贈答用での利用の要望が多かった。かがり弁ギクの鉢物は、従来のキクにない独創的かつ優雅な花形が評価される商品で、寄せ植えの花材として多様な利用場面の開拓が期待できると考えられた。

キーワード：かがり弁ギク、鉢物、寄せ植え、マーケティング

緒言

かがり弁ギクは、祝い事やアレンジメント等の新たなキクの需要創出を目的として、愛知県と国立研究開発法人量子科学技術研究開発機構により共同開発された、花卉にかがり弁と呼ばれる複数の突起を有する珍しい花形の新品種である^{1),2)}。利用形態としては、主に切り花の一輪咲きとして開発を進めてきたが、鉢物の利用についても研究と現地試作がなされてきた。

本品種を普及推進するには、新たな需要の見込みを把握する必要がある。切り花の一輪咲きでは、消費者、流通関係者及び生産者等から好意的な評価が得られ^{1),3)}、ブーケのメイン花材として有望なことが分かっている⁴⁾。しかしながら、鉢物に関するマーケティングは行われていない。鉢物用途では、鉢に植えられた植物を単体で観賞するものや、他の植物と寄せ植えするための花材、苗ものなどがある。これらの用途ごとの価値や特性、活用については評価・検討がされていない。

そこで、本研究では、消費者と流通関係者を対象とした調査により、かがり弁ギクの鉢物の商品性を明らかにするとともに、用途別の適性について評価する。

材料及び方法

1 供試したかがり弁ギク

品種は、「A3」(以下、かがり弁白)、「A10」(以下、同赤紫)及び「12-DF-102-1」(以下、同黄)とした。

供試した鉢物のサイズは、鉢花用を5号鉢(ポリエチレン製、黒色)、寄せ植え花材用を3.5号鉢とした(同、赤色)(図1)。草丈は鉢花用が約40cm、寄せ植え花材用が約25cmで、いずれの花も満開前後のものを使用した。

2 鉢花(5号鉢)の商品性・市場性

(1) 流通関係者

調査対象は、愛知豊明花き地方卸売市場を利用する流通関係者とした(表1)。調査は2017年12月21日と25日に同市場で行った。まず、被験者19名に鉢花を観賞してもらい、その後、表2の設問項目と感想欄を記載した調査用紙に無記名で回答を求めた。

(2) 消費者

調査対象は、2018年2月9日～12日に開催された花のイベントの来場者とした(表3)。まず、回答者103名に鉢花を観賞してもらい、その後、表4の設問項目と観賞した感想を被験者から直接聞き取った。

3 寄せ植え花材用(3.5号鉢)としての適性

(1) 流通関係者

調査対象は、名古屋生花小売商業協同組合の組合員15名とした(表1)。2018年11月28日に名古屋生花小売商業協同組合(名古屋市)で、被験者にかがり弁ギクをメイ



図1 供試した鉢物
左：鉢花(5号鉢) 右：寄せ植え花材用(3.5号鉢)

¹⁾企画普及部 ²⁾企画普及部(現農業経営課) ³⁾園芸研究部 ⁴⁾企画普及部(現園芸研究部)

ン花材とするクリスマス用途の寄せ植えを製作してもらった。被験者を4グループに分け、グループには2名以上の小売店従事者を含めるようにした。グループごとに被験者が協力して1鉢の寄せ植えを製作してもらった。製作にあたっては、リーフ系15種、花系10種、計25種類の花材から種類と数を自由に選択し、それらを内径21 cm、高さ14 cm、内容量2.28 Lの寄せ鉢(茶色)に植えてもらった。製作後、2(1)と同様の調査を行った。設問項目と評価方法は表2のとおりとし、加えて、花色別に、花の色と形状、草姿と総合評価について5段階評価をしてもらった。

(2) 消費者

調査対象は、産地直売所(名古屋市)の来場者46名とした(表3)。調査は2018年12月1日に同所にて行った。ま

ず、3(1)で製作された寄せ植え4種を觀賞してもらい、その後、表4の設問項目の評価点、希望購入価格と觀賞した感想を被験者から聞き取った。

結果及び考察

1 鉢花(5号鉢)の商品性・市場性

(1) 流通関係者

流通関係者による鉢花の評価を図2と表5に、感想を表6に示した。鉢花の評価点(5段階)は、新規性・独創性の4.0を最高に、他の4項目である優位性、市場規模・成長性、競合関係と販売方法で3.0以上であった。感想からは、花色やブランド化への要望とともに、ハンギング

表1 流通関係者の被験者の属性

調査内容	鉢花		寄せ植え花材用	
調査対象	愛知県豊明花き地方卸売市場を利用する流通関係者		名古屋生花小売商業協同組合組員	
調査日	2017.12.21, 25		2018.11.28	
事業種別	人数	構成比(%)	人数	構成比(%)
卸売会社	11	57.9	1	6.7
仲卸会社	1	5.3	1	6.7
小売店	5	26.3	9	60.0
その他	2	10.5	4	26.7
合計	19	100	15*	100

※：被験者 15 名の中には寄せ植えを業として行う小売店従事者を9名含む。

表3 消費者の回答者の属性

調査内容	鉢花		寄せ植え花材用		
イベント名(場所)	あいち花フェスタ in 東三河(田原市)		オーガニック・ファーマーズ朝市村(名古屋市)		
調査日	2018.2.9~12		2018.12.1		
	人数	構成比(%)	人数	構成比(%)	
性別	男性	20	19.4	11	23.9
	女性	83	80.6	35	76.1
年齢	~20代	3	2.9	3	7.1
	30代	3	2.9	5	11.9
	40代	10	9.7	2	4.8
	50代	14	13.6	7	16.7
	60代~	70	68.0	25	59.5
合計	103	100	46	100	

表2 流通関係者に対する市場性評価の設問項目

分類	項目	評価の視点	採点法
商品性	新規性・独創性	目新しく、他にはない個性があるか	1(低または無)~5(高または有)の5段階で採点
	優位性	他の花材と比較して優れるか	
将来性	市場規模・成長性	潜在的な市場、需要の期待があるか	
	競合関係	競合する花材はあるか	
実現性	販売方法	商品陳列、利用のイメージがあるか	
	市場価格	鉢花：妥当な卸売価格(円/鉢)を300、350、400、450、500円から選択 寄せ植え花材用：妥当な卸売価格(円/鉢)を150、200、250、300、350円から選択	

表4 消費者に対する設問項目

項目	評価の視点	採点法
インパクト	目新しく、他にはない個性があるか	1(劣)~5(優)の5段階で採点
魅力	他の花材と比較して優れるか	
総合評価	潜在的な市場、需要の期待があるか	
価格	鉢花：妥当な購入価格(円/鉢)を800、900、1000、1100、1200円から選択 寄せ植え花材用：妥当な購入価格(円/鉢)を300、400、500、600、700、800円から選択	

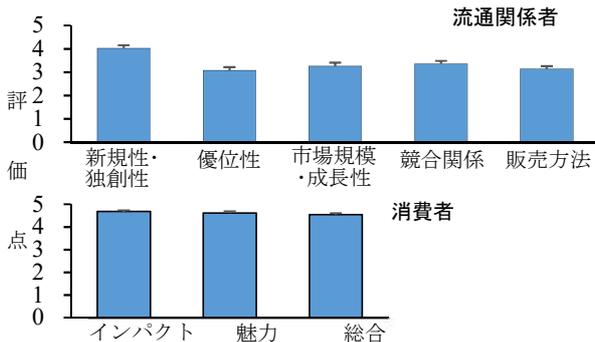


図2 流通関係者と消費者による鉢花(5号鉢)の評価
1(劣)~5(優)の5段階で評価(表2,4参照) 平均値+標準誤差

表5 流通関係者及び消費者が選択した妥当な卸売または購入の価格帯

被験者	鉢花(5号鉢)		寄せ植え花材用(3.5号鉢)	
	価格帯(円)	(%)	価格帯(円)	(%)
流通関係者(卸売価格)	300	3	150	9
	350	23	200	27
	400	41	250	45
	450	8	300	9
	500	26	350	9
消費者(購入価格)	800	18	300	14
	900	10	400	7
	1000	41	500	32
	1100	8	600	14
	1200	22	700	9
			800	23

表 6 鉢花 (5 号鉢) を観賞した流通関係者及び消費者の主な感想

分類	流通関係者	消費者
花の色・形、草姿	赤紫にはよりインパクトが欲しい。 品揃えとして緑色が欲しい。 スプレーでの展開が面白い。 一輪仕立てで花の特長を出すが良い。	特に白が美しい。 赤紫は色がぼけて見える。ピンクがあるとよい。 ボリュームがあって美しい。 柔らかく、品の良い雰囲気がいい。 ブライダルの花束に使えらると思う。 和と洋の入り交じった感じが良い。 スプレーマムのように花が小さくても良い。
用途・利用法	従来のキクとは違う使用方法を確立したい。 ハンギング、寄せ植え等で優れた商材。	白をいけばなの花材としては是非使いたい。 アレンジの仕方によってキクとは全く違う花の印象になりそう。 キクのイメージが変わった。結婚式で使いたい。
市場性	新品種への期待は大きい。選別と売りが大切。 キャッチコピー、POP、ラベルの選定が重要。 雑貨店、インテリアショップで販売したい。 鉢花のキクは9、12月に必要である。 年末年始、正月用の商材に有望である。	2000円でも購入する。

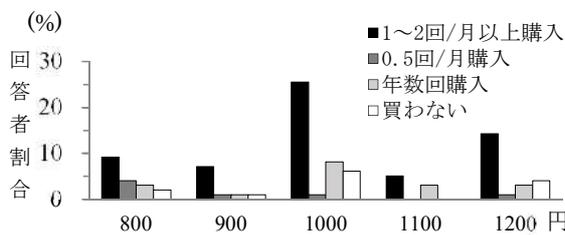


図 3 消費者の花の購入頻度別にみた鉢花 (5 号鉢) の希望購入価格 (表 4 参照)



図 4 流通関係者が作製したかがり弁ギクの寄せ植え

かがり弁ギク以外の使用花材は以下のとおり

A: ヘデラホワイトベール、ポインセチア、姫ヒイラギ、カルーナガーデンガールズ、ガーデンシクラメン B: ゼラニウムシクラーニ、パンジー、ガーデンシクラメン、イベリス、カルーナブルガリス C: ゼラニウムシクラーニ、カルーナブルガリス、ポインセチア、ユニアフェアリジニカブルー、カルーナガーデンガールズ D: 姫ヒイラギ、カルーナブルガリス、ユーホビア白雪姫、チェッカーベリー、ポインセチア

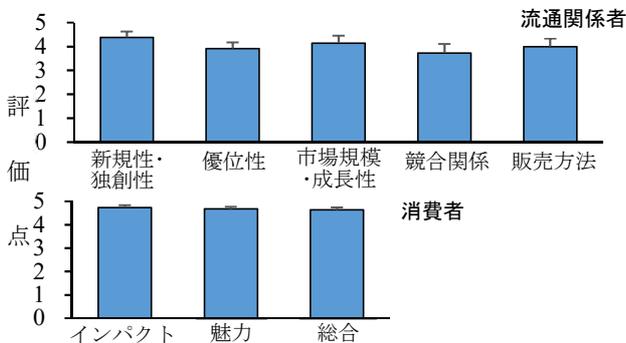


図 5 流通関係者と消費者による寄せ植え花材用 (3.5 号鉢) の評価 1(劣)~5(優)の5段階で評価 (表 2, 4 参照) 平均値+標準誤差

や寄せ植えの用途、年末年始の商材としての期待が読み取れた。かがり弁ギクの鉢花の主な出荷時期は9~12月と想定される。生産・出荷形態が類似し、市場で競合すると推察されるポットマムについて、2018年の同時期の

東京都中央卸売市場大田市場における愛知県産の卸売価格(平均)は、320円/鉢であった⁵⁾。本研究では、卸売価格は、400円/鉢を妥当とする回答が最も多く41%であった。以上を総合的に判断すると、新規性・独創性があり、新たな用途に活用でき有利販売できる商材として、流通関係者からは高く評価されたと考えられた。

(2) 消費者

消費者による鉢花の評価を図2と表5に、感想を表6に示した。評価点はインパクト、魅力と総合評価の全項目で4.5以上であった。希望購入価格については、1000円とする回答が最も多く41%であった。花の購入頻度別の希望購入価格を図3に示した。月に1~2回以上の購入者が全体の61%を占めており、花を日常的に購入する消費者がこの価格帯を選択した。感想からは、かがり弁白の花形の優雅さが好評で、その特性を生かした多様な利用場面への期待が明確となった。

2 寄せ植え花材用 (3.5号鉢) としての適性

(1) 流通関係者

製作された4種の寄せ植えを図4に示した。いずれも、鉢の中央にかがり弁ギクを据え、その周囲に5~6種類の他の花材を配置していた。また、かがり弁ギクの花を頂点とすることが共通していた。全体形状は、草丈が低~中程度の花材をバランスよく組み合わせたドーム状としたり(図4-A, D)、草丈の低い花材の選択により、かがり弁ギクを強調したりしていた(同-B, C)。選択された花材は主にリーフ系であった。それらの中に、クリスマスらしさを表現するための赤色のガーデンシクラメン、ポインセチアやチェッカーベリーが加えられていた。

寄せ植え製作後に実施した花材としての評価を図5と表5に示した。評価点は、新規性・独創性で最も高く4.4で、市場規模・成長性などその他の項目で4.0以上であった。また、3.5号鉢単体の卸売価格は、250円/鉢が妥当とする回答が45%と最も多かった。次に、花色別の評価を図6に、感想を表7に示した。3色いずれの項目も評価点が4.0前後と高かった。また、有意差はなかったものの、花の色と形状及び総合評価で、かがり弁白の評価点は高い傾向があった。感想からは、寄せ植え花材用としては、他の花材と合わせやすい等、かがり弁白を中心に適性の高さが明らかとなった。また、寄せ植

表 7 寄せ植えを鑑賞した流通関係者及び消費者の主な感想

分類	流通関係者	消費者
花の色・形・草姿	花の大きさと発色は最高。 白が最も見栄えが良い。多用途で色々な花と合う。 枝分かれがあれば良い。 1輪で使う方が良い。	白が良い。 黄の色合いが良い。 赤紫が好き。白や黄は仏花のイメージ。 グリーン、赤、ピンク、オレンジや淡色系がほしい。 香りがある方が良い。 花形が珍しく、開花後に花形が変化するのが良い。 スプレータイプが良い。 丈があると従来のキクのイメージとなる。
用途・利用法	かがり弁ギクを上、他の花材を下に配置すると良い。 寄せ植え利用に手応えを感じた。 切り花用の方が良い。	かがり弁ギクだけで寄せると良い。 白だけで寄せると洋風で良い。 お正月用の寄せ植えもあると良い。 寄せ植えが長持ちするのが良い。 コサージュや贈り物に良い。
市場性	秋の寄せ植え材料としては9月頃にほしい。 特別な花として利用したい。 流通量が少なければ、消費者が興味を持つ。 マニアックな消費者に受ける。 アピールの仕方次第。 日持ち性、花卉の先が痛まない輸送方法が重要。	若い世代やキクに関心のなかった人にも好まれそう。

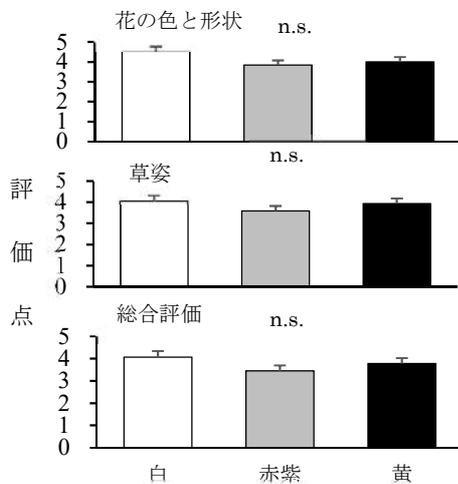


図 6 流通関係者による花色別にみた寄せ植え花材用 (3.5号鉢)としての評価 1(劣)~5(優)の5段階で評価 平均値+標準誤差 Steel-Dwass 法

え利用への手応えからか、ブランド化や流通方法に関する提言も見られた。

(2) 消費者

寄せ植えを鑑賞した消費者の評価を図5と表5に、感想を表7に示した。インパクト、魅力と総合評価の全項目で評価点は4.5点以上と高かった。3.5号鉢単体の1鉢の購入価格は、500円(32%)と800円(23%)の割合が高い頻度分布となった。比較に適した寄せ植え用花材価格の統計データはないものの、これらの価格は流通関係者の妥当な卸売価格の2倍以上であった(表5)。花色については、白・黄・赤紫への判定とともに、ピンク、橙色、黄緑色等、既存のキクでは少ない色へのニーズが多かった。用途としては、年末年始用や贈答用の要望が多かった。また、寄せ植え方法については、かがり弁ギクのみ、あるいは白のみの使用等、多様なアイデアが寄せられ、被験者の関心の高さが特徴であった。

本研究により、かがり弁ギクの鉢物は、消費者と流通関係者から高く価値判断され、潜在的なブランド力にない独創的かつ優雅な花形であることに加え、寄せ植え等のこれまでにない多様な利用場面を開拓できる期待有することが確認できた。高評価の理由は、従来のキクにない独創的かつ優雅な花形であることに加え、寄せ植

え等のこれまでにない多様な利用場面を開拓できる期待感のためと考えられた。なお、本研究では、消費者の回答者は50代以上が大半を占めた(表3)。新たな利用場面を開拓し、付加価値を高めたブランド化を検討するためには、今後は若い世代へのマーケティングも必要である。

謝辞：本研究を行うにあたり、有限会社井上園芸店代表取締役井上育男氏、オアシス 21 ファーマーズ朝市村代表吉野隆子氏、名古屋生花小売商業協同組合の栗田薫夫副理事長と桑原夕佳係長を始めとする皆様には、調査への便宜とご支援をいただいた。厚く御礼申し上げます。

引用文献

1. 浅見逸夫, 鈴木良地, 長谷川徹, 辻孝子, 大野徹, 長谷純宏, 野澤樹. イオンビーム照射による新規花弁型キク突然変異系統の作出. 愛知農総試研報. 48, 1-8(2016)
2. 長谷川徹, 渡邊孝政, 平松裕邦, 二村幹雄, 鈴木良地, 青木献, 奥村義秀, 新井和俊, 辻孝子, 近藤満治, 石川高史, 竹内良彦, 遠山宏和, 野村浩二, 浅見逸夫, 長谷純宏, 野澤樹. かがり弁の輪ギクA3、A10及び12-DF-102-1の育成. 愛知農総試研報. 50, 41-49(2018)
3. ジャパンフラワーセレクション実行協議会. 認定登録品種ガイド -キク「かがり弁白」2018-2019受賞品種-. (2018). <http://jf-selections.net/promotion/%e3%82%ad%e3%82%af%e3%80%80%e3%81%8b%e3%81%8c%e3%82%8a%e5%bc%81%e7%99%bd/> (2019. 5. 20参照)
4. 長谷川徹. イオンビーム照射によるキク新品種 [かがり弁] シリーズの開発. 放射線と産業. (144), 43-47(2018)
5. 東京都中央卸売市場. 市場統計情報(月報・年報). (2019). <http://www.shijou.metro.tokyo.jp/torihiki/geppo/> (2019. 5. 20 参照)