あいち農産物生産流通レポート

2026年11月号

		ページ
◎ マンスリーレポート		
・アジア・アジアパラ競技大会における愛知県産農畜水産物のPR	（食育消費流通課）	1
◎ 地域トピックス		
・岡崎市農林業振興推進実行委員会による「法性寺（ほっしょうじ）ねぎ」の食農体験	（西三河農林水産事務所）	2
・地場農産物を「ZIBASANレシピコンテスト」で学校給食メニューへ（新城市の挑戦）	（新城設楽農林水産事務所）	3
◎ 東京レポート		
・コールドチェーンに関するヤマト運輸とオイシックスの取組	（東京事務所）	4
・花き産業が直面する消費と物流の課題	（東京事務所）	5
・観賞用植物の新たな動向～グラス類に注目～	（東京事務所）	6
◎ 東京都中央卸売市場における主要な愛知産青果物の動向	（東京事務所）	7
◎ 花　き		
・切花・鉢花の見通し（県内市場）	（食育消費流通課）	9

内容についての問合せ先

愛知県農業水産局農政部食育消費流通課　(052)-954-6434

愛知県東京事務所行政課農産物プロモーショングループ　(03)-5492-5400

マンスリーレポート

アジア・アジアパラ競技大会における愛知県産農畜水産物のＰＲ

食育消費流通課

2026 年 9 月から開催されたアジア・アジアパラ競技大会開催に合わせて実施された、大会関係者や県民などが交流する「文化プログラム主催事業」に参画し、県産の梨（あいみずき）・和牛（みかわ牛）・地鶏（名古屋コーチン）・うなぎの魅力を発信しました。

１　文化プログラム主催事業とは

文化プログラムとは、大会関係者や県民などに対し、日本・愛知・名古屋の歴史、文化芸術、自然環境、産業といった様々な資源を紹介して地域の魅力を発信するもので、大会前後及び期間中に様々な催しが実施されました。

中でも主催事業として、メインメディアセンター（以下「MMC」、ポートメッセなごや）やメイン会場（名古屋市瑞穂公園南ひろば）でイベントが開催されました（図）。



図 文化プログラムパンフレット

２　魅力発信の概要について

各会場に設置されたブースで、大会関係者や県民などに試食を提供するとともに、各品目の魅力を短時間にまとめた動画を放映しました（表 1）。なお、試食の提供にあたっては、それぞれの魅力が伝わりやすい部位・調理方法・味つけとしました。

表 1 魅力発信の試食内容

日程	場所	梨	和牛	地鶏	うなぎ
9/21～22	MMC	1/24 カット	肩ロース焼き	鶏めしおにぎり/つくね	白焼
10/3～4	メイン会場	－	肩ロース焼き	鶏めしおにぎり/もも焼き	白焼
10/24	メイン会場	－	肩ロース焼き	鶏めしおにぎり/もも焼き	白焼

３　MMC における取組結果について

2 日間で約 1,800 人の大会関係者が試食し、半数以上から感想等のアンケートをいただきました（表 2）。その結果、例えば梨について、日本語、英語及び中国語圏で回答内容を比較したところ、回答数にばらつきがあるものの、言語圏によって嗜好に差がある可能性があることが分かりました。（表 3）。



表 2 MMC における試食者数等

	梨	和牛	地鶏	うなぎ	合計
試食者数	445	315	574	435	1,769
回答数	194	229	324	234	981
割合(%)	44	73	56	54	55

表 3 言語圏と梨の嗜好のクロス集計

言語	回答数	おいしさ*	甘味**	酸味**
日本語	162	4.8	4.6	2.5
英語	15	5.0	4.8	3.2
中国語	17	4.6	4.3	2.1

*：1～5（おいしくない～とてもおいしい） **：1～5（感じない～とても感じる）

今後はメイン会場でのアンケート調査結果も併せて分析し、県産農林水産物のさらなる販路拡大を推進する材料としていきます。

地域トピックス

岡崎市農林業振興推進実行委員会による「法性寺（ほっしょうじ）ねぎ」の食農体験

西三河農林水産事務所

岡崎市農林業振興推進実行委員会（市内農林業団体で構成）は、市民に農業や食へ興味・関心を持ってもらうため、米やさつまいも、ぶどう、法性寺ねぎ、バケツ稲の栽培、枝豆収穫、味噌作り等の食農体験を実施しています。今回は、その一環として行われた小学校児童を対象とした「法性寺ねぎ」の植付体験を紹介します。

１　「法性寺ねぎ」とは

室町時代に岡崎市南部にある法性寺の僧侶が、修行先の京都からねぎを持ち帰って植え始めたことが由来とされる伝統野菜です。現在は法性寺町を中心に栽培されており、「あいちの伝統野菜」に認定されるとともに、岡崎市のブランド化推進品目にも指定されています。

１～３月頃が旬の野菜で、道の駅藤川宿やふれあいドーム岡崎、おかざき農遊館などで販売されます。



「法性寺ねぎ」



講師からの説明

２　植付体験について

９～10 月にかけて市内の小中学校など 10 か所で、「法性寺ねぎ」の植付体験が行われました。

最初に、講師のおかざき農遊会から「法性寺ねぎは甘く濃厚な味わいと柔らかな食感が特徴で、特に１２～１月がおいしく食べられる。収穫祭で食べられるように頑張って育ててほしい。」と伝えられました。児童は、講師から植付の深さや土寄せの方法を教わりながら、真剣な表情でひとつひとつ丁寧に植え付けました。

今回取材した小学校では、今後講師が月１回巡回して生育状況を確認し、３月頃に児童が収穫してねぎ焼き等に調理して味わう予定です。



植付体験の様子

３　食農体験の効果について

初めてねぎを植え付ける児童からは「ねぎは好きじゃないけど、自分で育てるから絶対食べたい」「家でも育ててみたい」といった声が聞かれました。また、昨年に続いて参加した児童からは「法性寺ねぎは他のねぎより甘くておいしいから食べた方がいいよ」との声もあり、野菜を育てることや食べることが好きになってほしいという講師の思いが児童に伝わっていることがうかがえました。

こうした体験を通じて、児童への食育が農業や食への興味関心を高めることに期待しています。

地場農産物を「ZIBASAN レシピコンテスト」で学校給食メニューへ
（新城市の挑戦）

新城設楽農林水産事務所

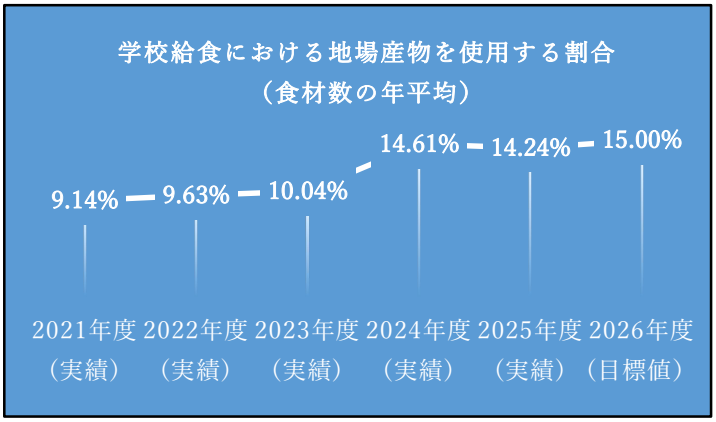
新城市は、市民の心身の健康増進と豊かな人間形成、食に関する知識と食を選択する力を習得し、健全な食生活を実践する施策を展開するため、2009 年３月に「新城市食育推進計画」を策定しました。現在は「第４次新城市食育推進計画（以下、現計画という。）」に基づき、基本目標に掲げた取組である「学校給食による地産地消の推進」を重点的に進めています。

その取組の一環として、2023 年度から「ZIBASAN レシピコンテスト」が継続実施されています。



１　コンテスト実施までの経緯

現計画の目標指針では、「学校給食における地場農産物の使用割合（食材数の年平均）」を「市内産 15.00％（2026 年度目標）」としており、計画策定時の 9.14％から引き上げる必要がありました。



このため、「新城市地産地消食育推進協議会」の下部組織「地場農産物利用促進検討会」が中心となり、市民等からの提案形式で、地場農産物を使用した学校給食レシピのコンテスト「ZIBASAN レシピコンテスト」を行うことになりました。

２　コンテストの概要と今後の取組

市内在住、在学、在勤の方々を対象に、幅広くレシピを募集し、栄養教諭等による１次審査（書類審査）、２次審査（試食審査）で順位を決定します。受賞作品は、市が制定した「地産地消の日（毎月１９日）」に、市内１９小・中学校で給食メニューとして提供されます。また、「給食だより」に掲載して各家庭に周知し、地場農産物の利用促進を啓発しています。



コンテストの開始以降、地場農産物を使用する割合は増加し、2026 年度の目標数値に迫っている状況です。今後も引き続き、地場産農産物の使用割合を向上させる取組を進めるとともに、給食の規格に合った農産物の安定確保に努めていきます。

東京レポート

コールドチェーンに関するヤマト運輸とオイシックスの取組

東京事務所行政課農産物プロモーショングループ

2026年９月30日（水）から10月２日（金）に、東京ビッグサイト（東京都江東区）で、食品物流の効率化や課題解決に向けた最新の物流サービス・技術が紹介される専門展示会「食品物流＆３ＰＬ総合展2026」が開催されました。取材した10月２日（金）は、コールドチェーンに関する講演会が開催されましたので、その概要を紹介します。

１　コールドチェーンの変遷

講演会は「コールドチェーンの変遷とお客様のニーズを捉えた今後の物流戦略」をテーマに行われ、クール宅急便やロジスティクス事業を手がけるヤマト運輸株式会社と食品宅配サブスクリプションサービスを手がけるオイシックス株式会社が登壇しました。



講演会場の様子

ヤマト運輸は、「クール宅急便は、1988年に開始し、長年、日本食のラストワンマイルを支えてきた」と話し、「近年、温暖化傾向にあり、温度変化によって品質の劣化リスクが高くなっている。私たちは大型のクール物流拠点を整備し、保管から宅配まで外気に触れることなく、低温で管理している」と話し、温暖化に対応するため、低温物流を徹底していることを説明しました。オイシックスは、ヤマト運輸に配送を委託していますが、自社でも生鮮食品の品質保持のために温度管理（低温・冷凍）が可能な物流拠点の整備を進めていることを報告しました。

２　顧客のニーズを捉えた物流戦略

オイシックスは、冷凍便やチルド便について顧客から細かな時間指定配送の要望がある一方、ドライバーの負担増加につながるため対応は難しいと考えました。そこで、自社便による置き配サービスを試行したところ、「拘束時間がなく便利」「玄関を開けたら届いていた」など、利便性を評価する声が寄せられました。一方で、雨濡れやオートロックマンションへの対応、温度管理といった課題も明らかになりました。オイシックスは、これらの課題を解決し品質を保証できれば、物流のボトルネックが解消され、さらなる事業拡大が期待できるとして、置き配サービスの拡大に向けた取組を進める考えを示しました。また、ヤマト運輸も、顧客に時間指定から解放されたいニーズがあることは新たな気づきだったとして、置き配の可能性を検討していく考えを示しました。

今回の講演では、荷主と物流事業者が連携してコールドチェーンを維持するための物流基盤の整備に加え、置き配の実証など、物流効率化に取り組む重要性が示されました。今後、人手不足が進行する中でも本県産農産物の安定的な首都圏輸送を維持するためには、産地と物流事業者が協力して物流の効率化を進めることが重要と考えられました。

花き産業が直面する消費と物流の課題

東京事務所行政課農産物プロモーショングループ

花きの消費・流通・生産の視点から、今後の花き産業の発展の方向性を考える「令和８年度花き研究シンポジウム『消費・流通・生産を結ぶ新時代の花き品種開発戦略』」（主催：農研機構野菜花き研究部門）が 2026 年 10 月６日（火）～７日（水）に文部科学省研究交流センター（茨城県つくば市）で開催されました。市場から見た花きの消費、流通について、株式会社大田花きの萩原正臣氏が講演した内容を紹介します。

１　変化する花きへのニーズ

家庭における花きの消費は、これまで消費を支えてきた高齢層の購買金額が減少傾向にある一方、若年層では SNS 投稿や卒業式、成人式などのイベントをきっかけに増加しているとのことでした。特に、花そのものより、体験や思い出を共有する「トキ消費」として、購入される傾向が強まっていることが紹介されました（表１）。一方で、花を購入した消費者がその後購入しなくなった理由として、「すぐに枯れる」が最も多く、次いで「活けたり水を替えるのが面倒」、「持ち歩くのが面倒」が挙げられると紹介されました。また、店頭に並ぶ切花のサイズについて、「40㎝未満」が理想だと回答する割合が９割以上であったとされる調査結果も紹介されました。萩原氏は、こうした消費者の声を踏まえ、日持ち性や扱いやすさを向上させることが、家庭における花き需要の拡大に向けた重要な課題であると説明しました。

表１　ニーズの変化

従来の需要層	新たな需要層
・高齢層	・若年層
・仏花、供花需要	・卒業式、成人式
・日常的な購入	・目的に特化した「トキ消費」

２　2030 年物流問題

物流面では、手積み・手降ろしの割合が依然として高く、出荷箱のサイズも統一されていないなど、効率化が遅れている実態が紹介されました。高齢ドライバーの退職等により物流業界全体でドライバー不足が進み、2030 年頃には輸送能力が大幅に不足し、花き産業が「運ばれない産業」へ転落する可能性があると示されました。

３　スマートフラワー規格

扱いやすさなど家庭需要の変化への対応と、パレット輸送や出荷箱の規格統一など物流効率化への対応の両立を図る取組として、「スマートフラワー規格」の考え方が紹介されました。これは、切花の花茎の長さや規格を見直すことで、輸送効率向上や流通段階での廃棄ロス削減を目指すものであり、今後の有効な手法の一つとして期待されているとのことでした（表２）。

表２　スマートフラワー規格の内容と効果

場面	内容	効果
販売	花束加工時に40㎝程度へ調整する	従来より茎葉の廃棄物削減、加工負担軽減
流通	箱の小型化、パレットサイズへの適合	輸送効率向上、物流コスト削減
生産	規格の見直し〔例：従来80㎝～90㎝⇒70㎝程度に規格化〕	栽培にかかる時間・労力・資材削減

講演を通じ、花き産業は需要の変化、物流問題への対応といった大きな転換期を迎えていることを実感しました。消費・流通・生産、それぞれの立場が連携し、時代に即した取組を進めていくことが、花き産業の持続的な発展につながるものと感じました。

観賞用植物の新たな動向～グラス類に注目～

東京事務所行政課農産物プロモーショングループ

2026年10月7日（水）から9日（金）にかけて、幕張メッセで「国際ガーデン&アウトドアEXPO」（主催：RX Japan株式会社）が開催されました。花、植物を展示するブースを取材しましたので、その概要を紹介します。

1　自然な趣を感じさせる植物への注目

近年は、植物を単なる鑑賞対象としてだけでなく、生活空間に潤いや安らぎをもたらす存在として取り入れる動きが広がっています。こうした消費者意識の変化を背景に、ガーデニングには自然な趣を感じさせる植物が注目を集めています。

植物を展示するブースでは、グラス類、ロマンドラやカレックスなど、自然な景観を演出できる植物が多く紹介されていました。特に、近年注目を集めているペニセタム、モリニア、ミスカンサス等のグラス類は、細長い葉や穂の動きを楽しむ植物であり、落ち着いた雰囲気を演出できることが特徴です。担当者は、グラス類が注目を集めている理由について、「グラス類は宿根草※であることから、毎年植え替える必要がなく、耐寒性にも優れている。近年は暑さや少雨などの気象条件の変化を背景に、少ない労力で長期間景観を維持できる植物への関心が高まっている。グラス類は葉や穂によって年間を通じて景観を楽しめることから、需要が拡大している」と説明していました。



グラス類（ペニセタム）

※宿根草：冬季に地上部が枯れても根が残り、翌年再び生育する多年性の植物。

2　グラス類を活用した植栽提案

展示会場では数種類のグラス類を取り入れた植栽提案が見られました。こうした植栽は、庭園や公園だけでなく、商業施設やオフィス周辺の緑化にも活用されており、維持管理の負担軽減と景観向上の両立を図る手法として導入が進んでいると感じました。



グラス類を取り入れた植栽提案（ペニセタム、パンパスグラス、ミスカンサス）

色鮮やかな花だけでなく、自然との調和や持続的な管理を意識した植物への関心の高まりから、今後もこうしたガーデニング植物のトレンドは続くものと考えられます。また、消費者の関心は、花の華やかさを楽しむことに加え、植物がもたらす季節の移ろいや、自然とのつながりを感じることへと広がっているものと考えられます。

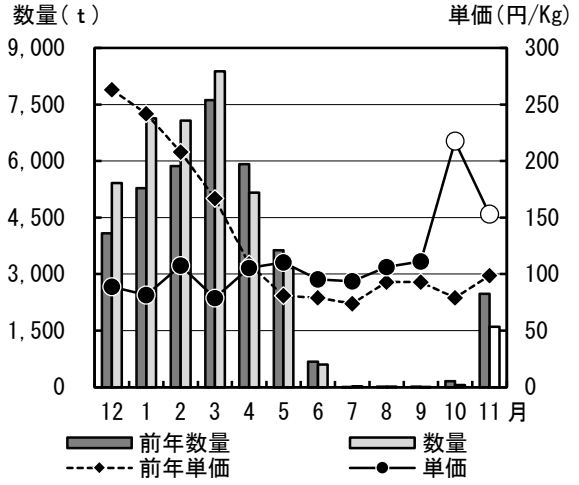
東京都中央卸売市場における11月の主要な愛知産青果物の動向

１　翌月の見通し

品目名キャベツ

区分 / 実績等		入荷量（ｔ）	卸売価格（円/kg）	前年上位3産地（%）		市場からの提言等
実績	2021年	15,458	67	千葉	43%	愛知は、秋冬作では圧倒的な物量を誇る。生育不良の年でも、一定量を出荷できている。栽培技術が高く、また、品質面の評価も高い。 国内産の供給体制や価格の維持が重要で、相場を考慮した契約単価の設定をお願いしたい。
	2022年	14,227	81	愛知	20%	
	2023年	13,489	103	茨城	18%	
	2024年	11,572	207			
	2025年	12,391	92			
５ヵ年平均		13,427	106			
2026年見通し		11,815	157			

愛知産の動き



産地概況

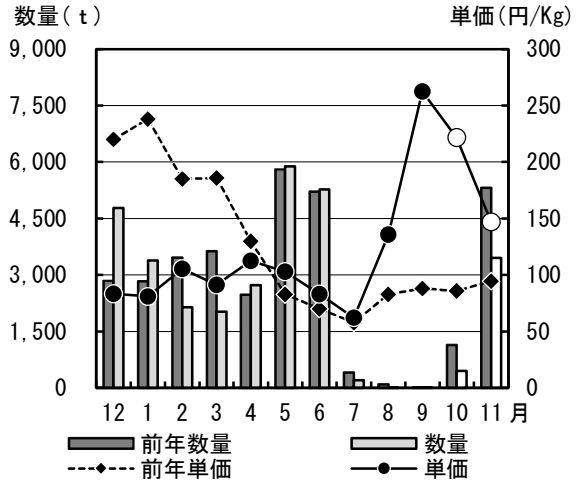
各産地とも、９月の長雨・曇天の影響により、定植遅れや根傷みによる生育不良が見られた。

本県は、例年よりも生育不良で小玉傾向。入荷量は、前年よりも減少を見込む。

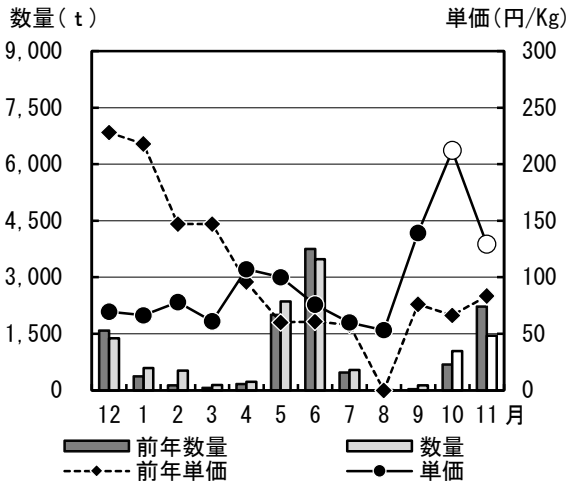
千葉は、定植遅れや黒腐病の発生がみられる。入荷量は例年より減少する見込みである。

茨城は、小玉傾向である。入荷量は、前年よりも減少を見込む。

競合産地の動き（千葉）



競合産地の動き（茨城）

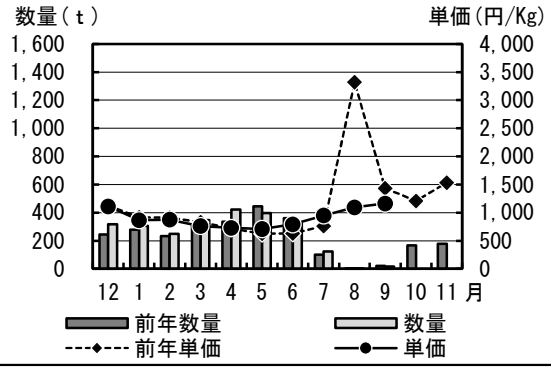


２　入荷量・価格の動き

品目名ミニトマト

前年上位３産地（%）　　熊本 38%　　愛知 16%　　千葉 10%

愛知産の動き



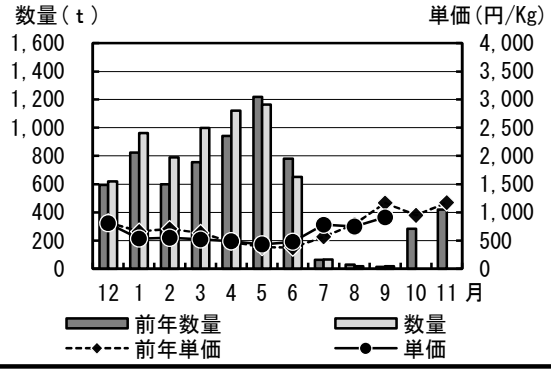
産地概況

本県は、９月の長雨・曇天の影響により、着果数が減少し、上中旬の入荷量は、前年よりも減少する見込みで、下旬から増加を見込む。

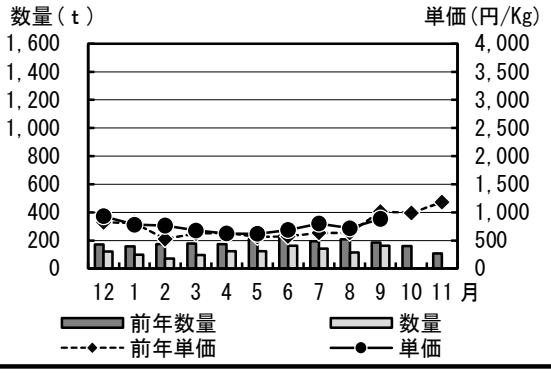
熊本は、生育は順調で、また、栽培面積が増加していることから、入荷量は前年よりもやや増加を見込む。

千葉は、９月の長雨・曇天の影響により着果数が減少し、入荷量は前年よりもやや減少を見込む。

競合産地の動き（熊本）



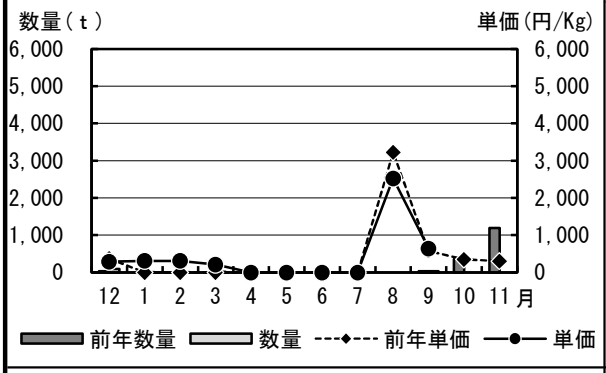
競合産地の動き（千葉）



品目名　柿

前年上位３産地（%）　　和歌山 21%　　愛知 18%　　新潟 16%

愛知産の動き

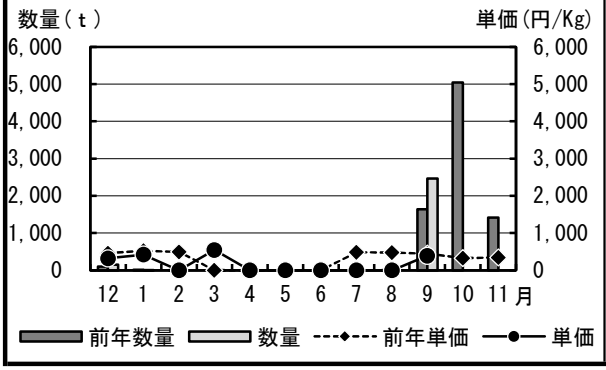


産地概況

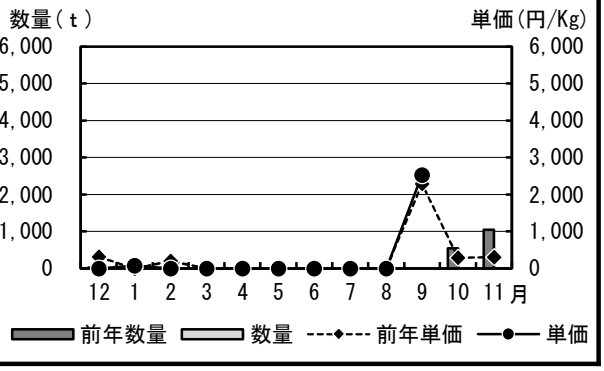
本県の「次郎」の入荷は、上旬にピークを迎える。９月の長雨とカメムシ被害があったものの、玉サイズはＬから２Ｌ中心で、入荷量は前年をやや上回る。気温の低下で色づきも順調に進んでいる。

和歌山の入荷は「利根早生」から「平核無」へ切り替わり、玉サイズは２Ｌ中心、入荷量は前年をかなり下回る見込み。新潟の「平核無」は、中旬ごろまで入荷が続く見込み。玉サイズは２Ｌ中心の大玉傾向。

競合産地の動き（和歌山）

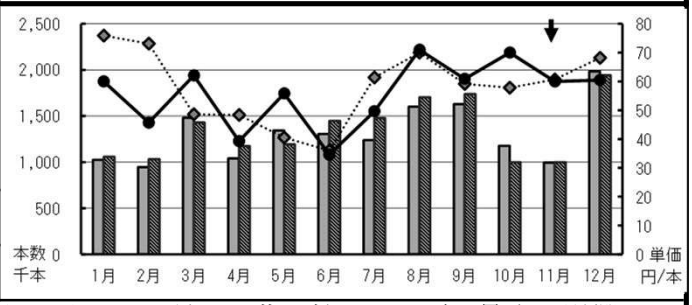
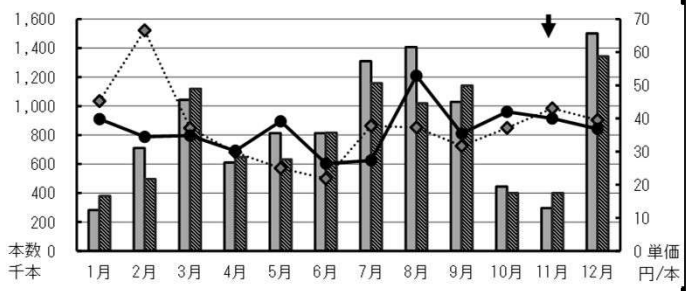
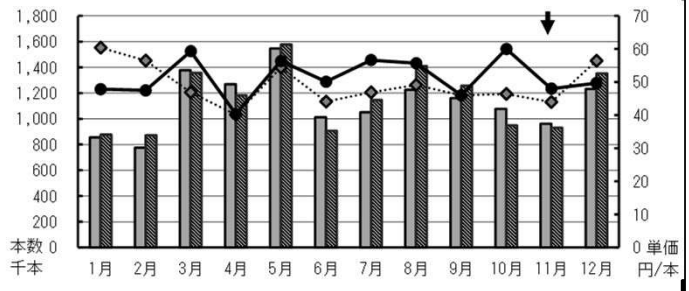
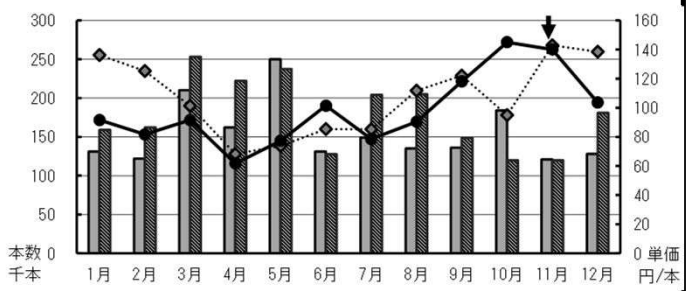


競合産地の動き（新潟）

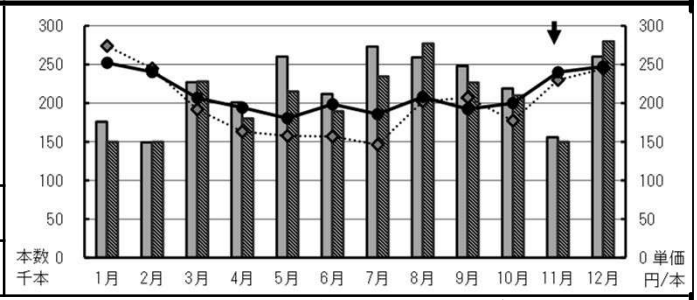
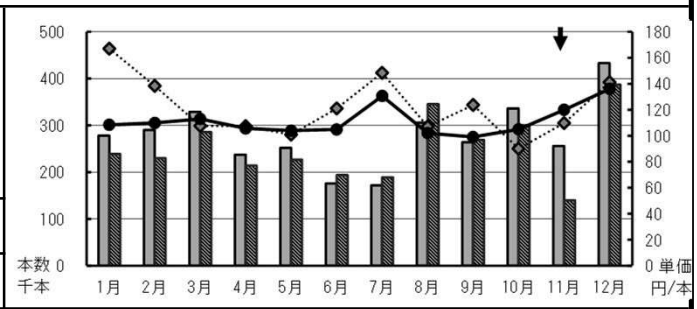
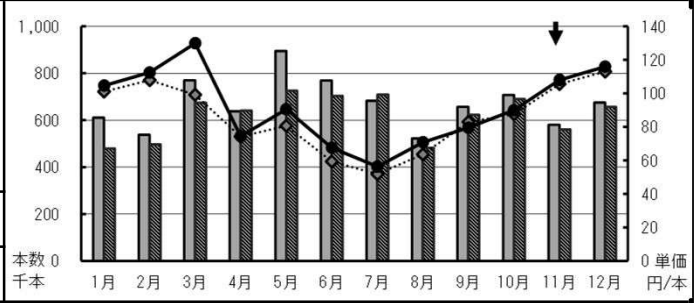
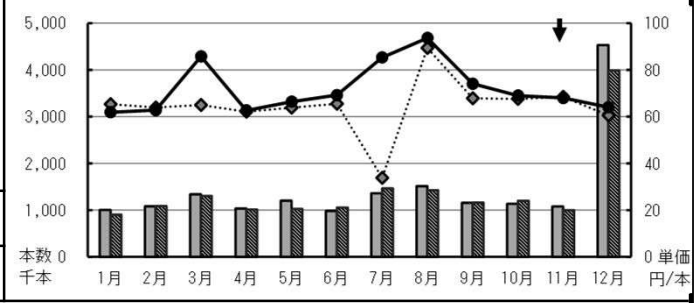


切花・鉢花の１１月の見通し

切　花（愛知名港花き地方卸売市場　　１１月現在）　　単位：千本、円／

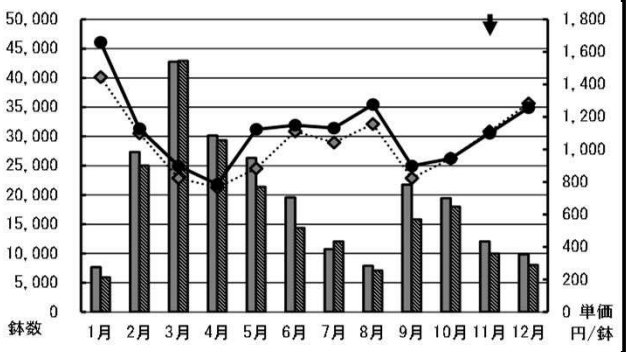
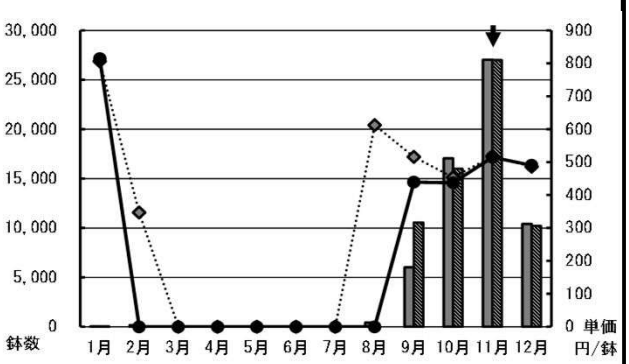
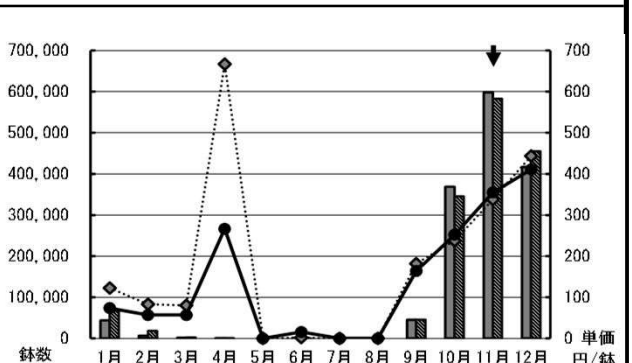
品目	区分 実績等		入荷量	卸売価格	前年及び本年の入荷量・価格の動き
輪ぎく	実績	2021年	1,441	54	
		2022年	1,332	42	
		2023年	967	40	
		2024年	1,022	132	
		2025年	995	61	
	５ヵ年平均		1,151	66	
	2026年見通し		1,000	60	
	概要		愛知県産中心の入荷見込み。中旬頃からは秋系の品種が出荷が始まる。夏の暑さの影響により中旬までは入荷量が少ないため、価格は高い見込み。中旬以降も先般の台風・洪水等の影響により入荷量が少ない場合には、高値になる可能性がある。		
小ぎく	実績	2021年	737	33	
		2022年	658	27	
		2023年	562	24	
		2024年	383	43	
		2025年	297	43	
	５ヵ年平均		527	34	
	2026年見通し		400	40	
	概要		愛知、沖縄からの入荷見込み。中旬頃からは入荷量が安定し、価格も安定する見込みだが、先般の台風・洪水等の影響により入荷量が少ない場合には、高値になる可能性がある。		
カーネーション	実績	2021年	1,041	41	
		2022年	1,000	42	
		2023年	938	40	
		2024年	1,010	47	
		2025年	962	44	
	５ヵ年平均		990	43	
	2026年見通し		930	48	
	概要		長野、愛知、輸入の入荷見込み。長野県産は入荷が終わりに向かい、色目が限定されてくる。愛知県産はスタートの９月はまとまった量の入荷があったが、その後は夜温が低い影響により量が少なめの傾向である。輸入は為替等により入荷が少なく、全体的に価格は高く販売される見込み。		
かすみそう	実績	2021年	155	92	
		2022年	150	95	
		2023年	112	111	
		2024年	114	143	
		2025年	121	143	
	５ヵ年平均		130	117	
	2026年見通し		120	140	
			和歌山、高知、熊本からの入荷見込み。福島産は前半で終了見込み。西南暖地のスタートである９月は順調な入荷で価格も安定していたが、先般の災害等の影響で品薄になる可能性がある。夜温が下がっているため、上位等級は増える見込み。		

単位：千本、円／

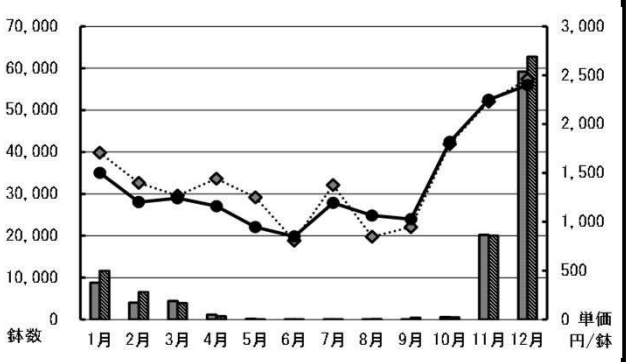
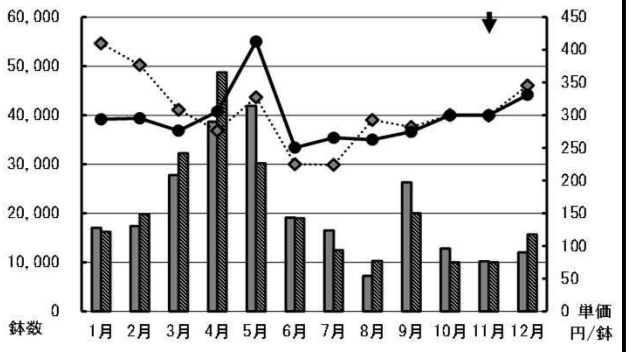
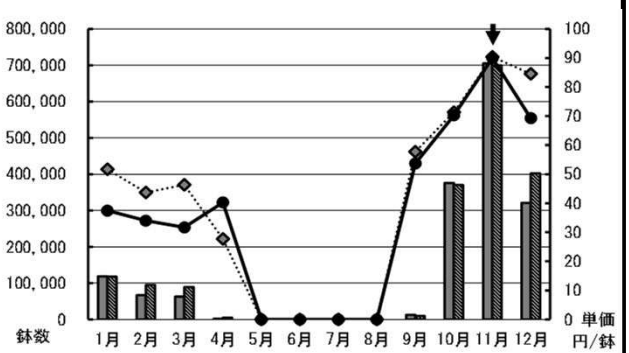
品目	区分 実績等		入荷量	卸売価格	前年及び本年の入荷量・価格の動き
ゆり	実績	2021年	221	203	
		2022年	196	218	
		2023年	187	206	
		2024年	182	230	
		2025年	156	230	
	5ヵ年平均		188	218	
	2026年見通し		150	240	
	概要		オリエンタルユリは高知産、宮崎産、埼玉産が中心の見込み。新潟産、北海道産は徐々に減少する。天候が不安定なため入荷量が少なく、価格は高めとなる見込み。		
洋らん	実績	2021年	322	119	
		2022年	278	118	
		2023年	288	124	
		2024年	294	131	
		2025年	256	110	
	5ヵ年平均		288	120	
	2026年見通し		140	120	
	概要		オンシジウムは下位等級が増える見込み。デンファレは徐々にアンナが増加すると見られる。シンビジウムは国産が始まり輸入は終了となる見込み。カトレアは減少見込み。胡蝶蘭はコスト上昇により昨年よりも要求単価が上がったため、販売に苦戦している。		
ばら	実績	2021年	677	95	
		2022年	707	87	
		2023年	719	93	
		2024年	695	96	
		2025年	580	106	
	5ヵ年平均		676	95	
	2026年見通し		560	108	
	概要		愛知、岐阜、三重、輸入の入荷見込み。夏の暑さによる入荷量への影響は緩和されつつあるが、今後気温が下がってくると、重油の高騰の影響により十分な加温ができず、量が減少する可能性がある。		
枝もの	実績	2021年	1,432	62	
		2022年	1,230	60	
		2023年	1,157	62	
		2024年	1,279	65	
		2025年	1,079	68	
	5ヵ年平均		1,235	64	
	2026年見通し		1,000	68	
	概要		今年はしっかり季節が感じられる気候のため、紅葉をはじめ後半ではクリスマス向けの販売になり、活発に取引される見込み。		

鉢　花（愛知豊明花き地方卸売市場　　１１月現在）

単位：鉢、円／鉢

品目	区分 / 実績等		入荷量	卸売価格	前年及び本年の入荷量・価格の動き
ドラセナ類	実績	2021年	14,522	1,130	
		2022年	12,209	1,300	
		2023年	11,307	1,197	
		2024年	10,973	1,083	
		2025年	12,076	1,111	
	５ヵ年平均		12,217	1,164	
	2026年見通し		10,000	1,100	
	概要		入荷量は前年より減少か。輸入原木の仕入れ減少、及び９月の台風に伴う長雨の影響による生育不良のため沖縄の出荷量が減少の見込み。定番のユッカがメインになると思われる。サイズは７～８号が中心で尺以上の大鉢は減少の見込み。		
シャコバサボテン	実績	2021年	24,868	583	
		2022年	24,947	563	
		2023年	22,694	469	
		2024年	22,025	467	
		2025年	27,029	518	
	５ヵ年平均		24,313	522	
	2026年見通し		27,000	515	
	概要		入荷量は前年並か。愛知県産では生産減少が目立つ。入荷は関東産で５号～６号が中心となりそう。今年は暑さによる影響が小さく揃いは良さそう。ただ、翌年以降も生産減少は続きそうな状況である。		
シクラメン	実績	2021年	794,945	309	
		2022年	672,730	322	
		2023年	670,882	308	
		2024年	576,499	323	
		2025年	597,956	338	
	５ヵ年平均		662,602	319	
	2026年見通し		582,440	355	
	概要		入荷量は前年より減少か。例年より夏場が涼しく生育が早い。３号ガーデンシクラメン、及び４号鉢が主体となるが、５号鉢以上の入荷も前年より早い。全国的に生産者は減少傾向にあり、比較的安定した価格が見込める予想。		

単位：鉢、円／鉢

品目	区分 実績等		入荷量	卸売価格	前年及び本年の入荷量・価格の動き
シンビジウム	実績	2021年	50,173	1,917	
		2022年	35,955	2,127	
		2023年	37,876	2,101	
		2024年	27,136	2,018	
		2025年	20,201	2,230	
	５ヵ年平均		34,268	2,055	
	2026年見通し		20,000	2,250	
	概要		入荷量は前年並か。全体の生産量は減少傾向である。中旬頃から量が増えてくるものの、前年には及ばない見込み。		
カランコエ	実績	2021年	21,561	250	
		2022年	15,014	249	
		2023年	14,615	256	
		2024年	10,092	292	
		2025年	10,224	299	
	５ヵ年平均		14,301	264	
	2026年見通し		10,000	300	
	概要		入荷量は前年より減少か。５～６号鉢は、長雨の影響により生育の遅れなどがあり、出荷期間の長期化や減少が見込まれる。４号以下の小鉢は、前月より増加の見込み。ただし、前年と比較すると生産量は減少しており、大幅な回復とはならない見込み。		
パンジー	実績	2021年	972,835	59	
		2022年	786,696	63	
		2023年	755,883	74	
		2024年	582,767	87	
		2025年	704,938	90	
	５ヵ年平均		760,624	73	
	2026年見通し		700,000	90	
	概要		入荷量は前年より減少か。今年は暑さの影響は少ないが、日照不足・雨続きでの生育遅れなどがあるが、例年通りであれば１０月下旬から１１月下旬に出荷が集中すると見込まれる。今後急激に温度が下がると１１月中旬以降は開花待ちとなり、需要に対して供給不足になる可能性がある。		



いいともあいち運動って知ってる？？

○　県内の消費者と生産者が今まで以上に**いい友**関係になる

○　Eat more Aichi products（**イート　モア　アイチ　プロダクツ**）

＝もっと愛知県産品を食べよう（利用しよう）

愛知県の農林水産業の振興や農山漁村の活性化を通じて県民全体の暮らしの向上を図るため、県民の方々に「愛知県農林水産業の応援団」になってもらい、消費者と生産者が一緒になって愛知県の農林水産業を支えていこうという「運動」です。

県民の方々に愛知県産農林水産物をもっと利用していただきたいという、「愛知県版地産地消の取組」でもあります。

あいち農産物生産流通レポートNo.639
2026年11月発行
農業水産局農政部食育消費流通課
〒460-8501
名古屋市中区三の丸三丁目１番２号
電話　（０５２）９５４－６４３４