

地方創生☆政策アイデアコンテスト2021

西尾市の花き産業の 実態と政策アイデア

【南山大学経済学部経済学科 神野ゼミ】

岩切 大喜

富田 萌々楓

鈴木 就一郎



本プレゼンの流れ

西尾市の実態

花き産業の問題

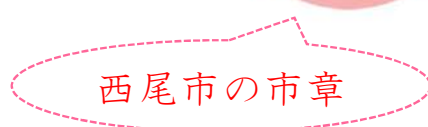
市場分析

政策アイデア

政策の効果



市の特徴と、 なぜ西尾市なのか



西尾市の市章

花きや抹茶が日本有数の
生産量を誇っている

「西尾市まるごと！FLOWER
WALK」を令和三年に開催した。

花の産出額全国1位の愛知県を
支える重要なポジション

西尾市は県内2位のバラの産出
額を誇るバラの産地



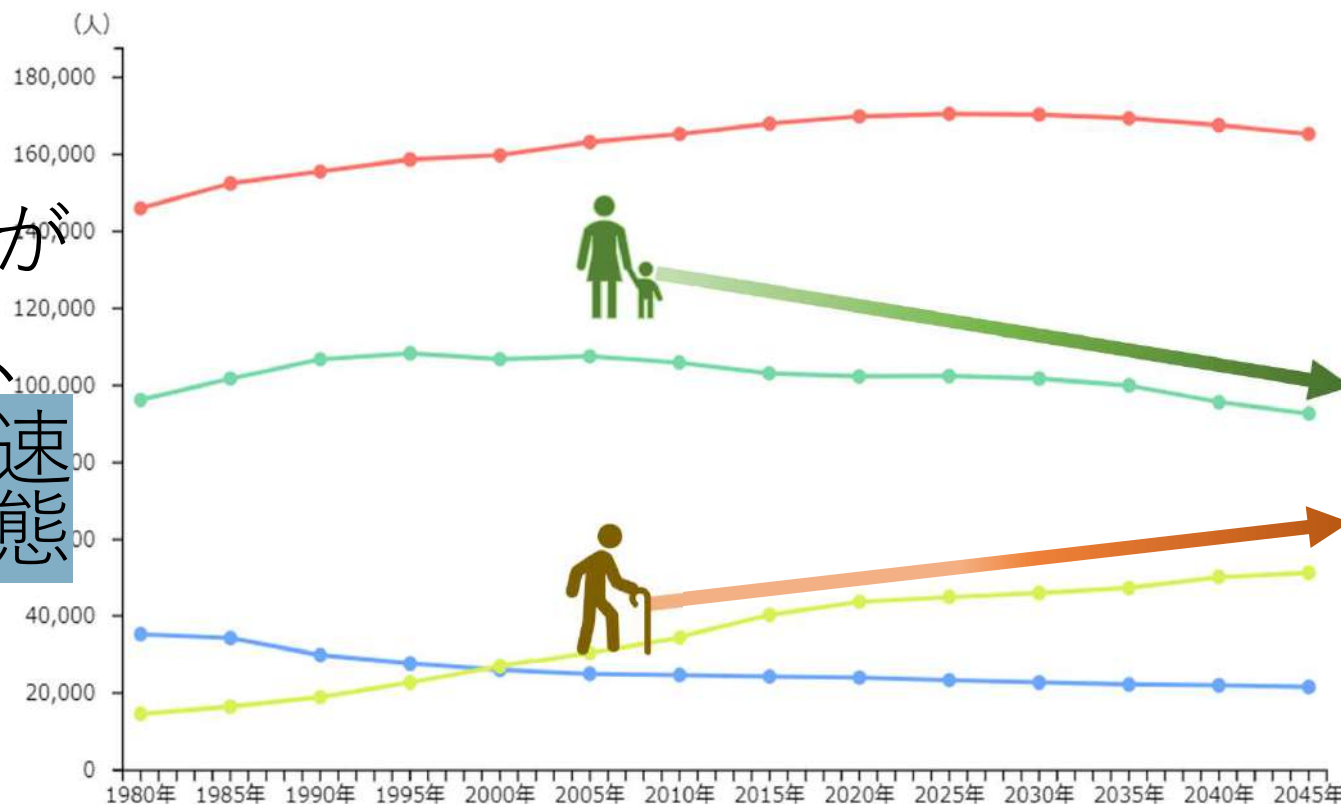
西尾市の 人口推移をみる

人口推移

愛知県西尾市



● 総人口 ● 年少人口 ● 生産年齢人口 ● 老年人口



老年人口の増加と
生産年齢人口の減少が
同時に進行しており、
少子高齢化が将来加速
することは必至の事態
に・・・



実績値

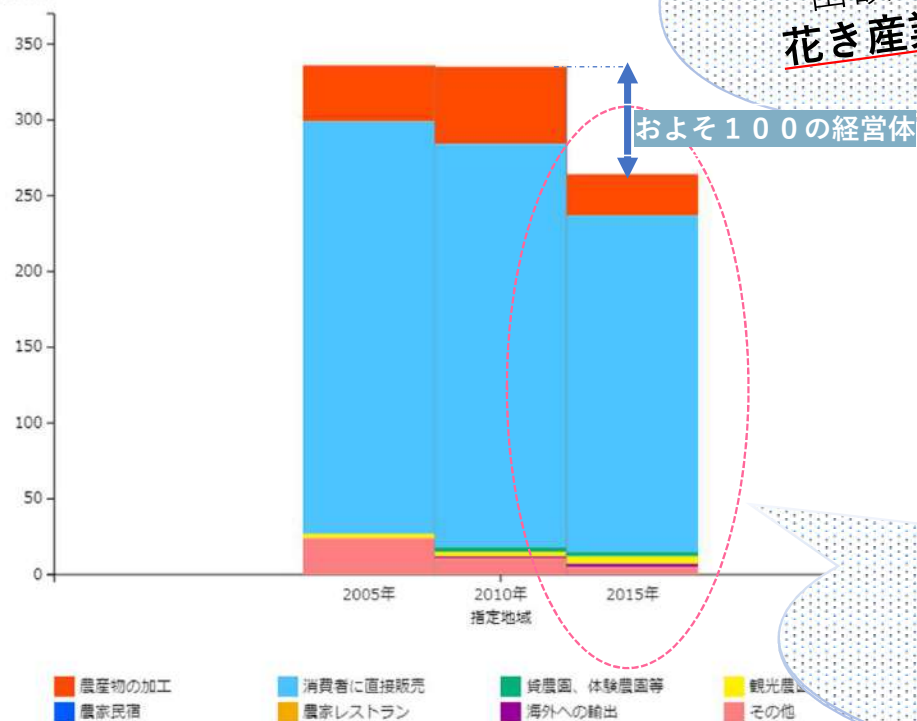
推計値

西尾市の花き産業の実態

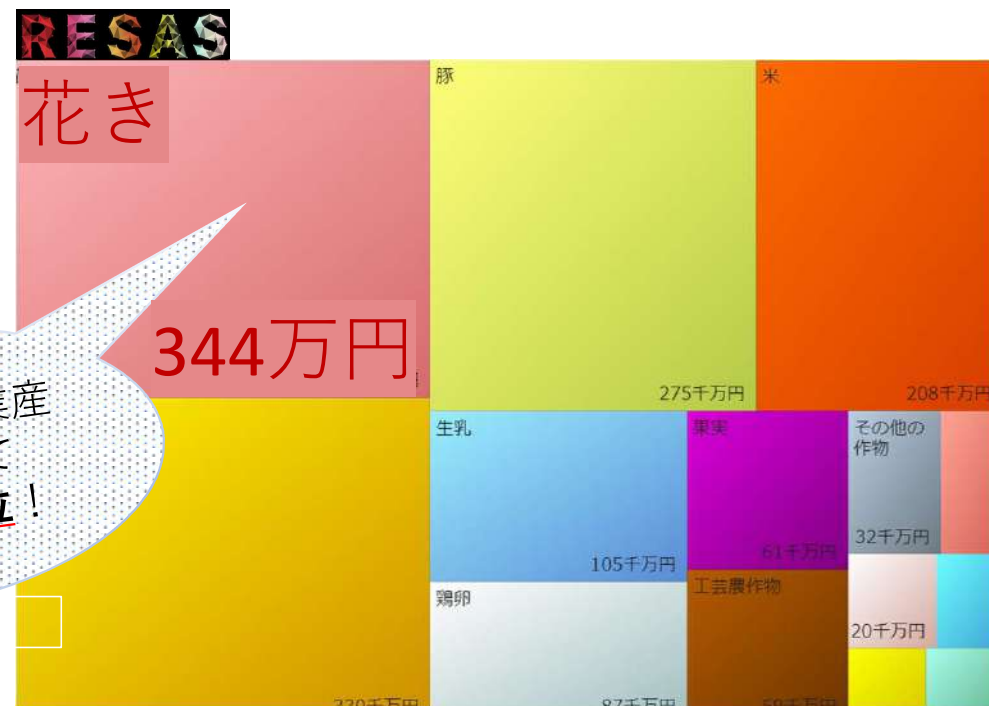
RESAS 農業生産関連事業の実施状況（経営体数）

指定地域：愛知県西尾市

(経営体)

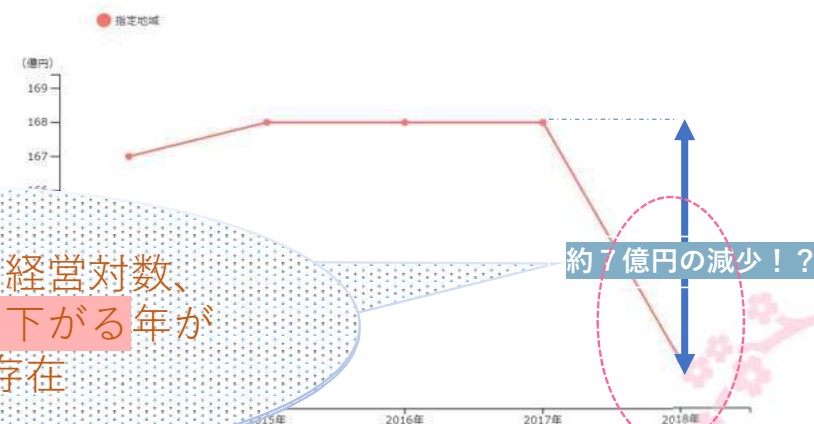


西尾市では農業産出額において
花き産業が1位!



RESAS 農業産出額（総額）

愛知県西尾市
すべての農業部門



農業生産における経営対数、
産出額がガクッと下がる年が
西尾市に存在

消費動向から分かる問題

事業者数・消費量ともに
全国的に減少
農業産出額を多く占める
西尾市にとって
重大な危機

と捉えることが出来る。

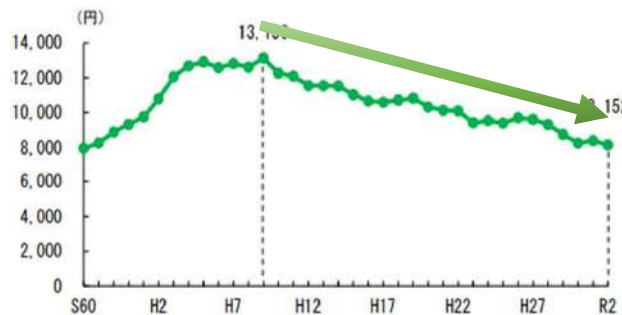
花の消費の減少を食い止め、
西尾市の花き産業を
盛り上げるには・・・？

5. 花きの消費

(1) 花きの消費の現状

- 切り花の購入金額は長期的に見て減少。世帯主の年齢別で見ると若年層ほど購入金額が低い。
- 花き取扱業の事業者のうち、花き専門小売業は事業者数で6割、販売額で7割を占める。

<切り花年間購入額の推移>



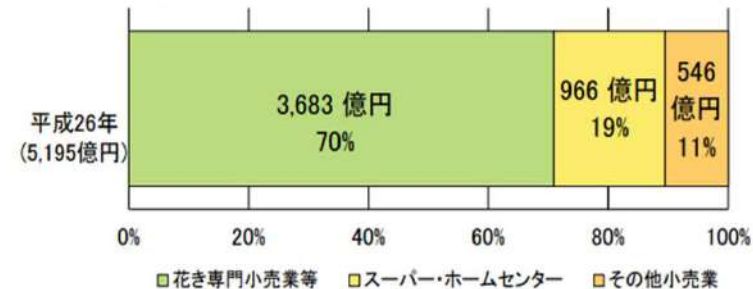
世帯主年齢別年間購入額(令和2年)



<花き等取扱業の事業者数>



<花き等取扱業の販売額>



資料: 経済産業省「商業統計」

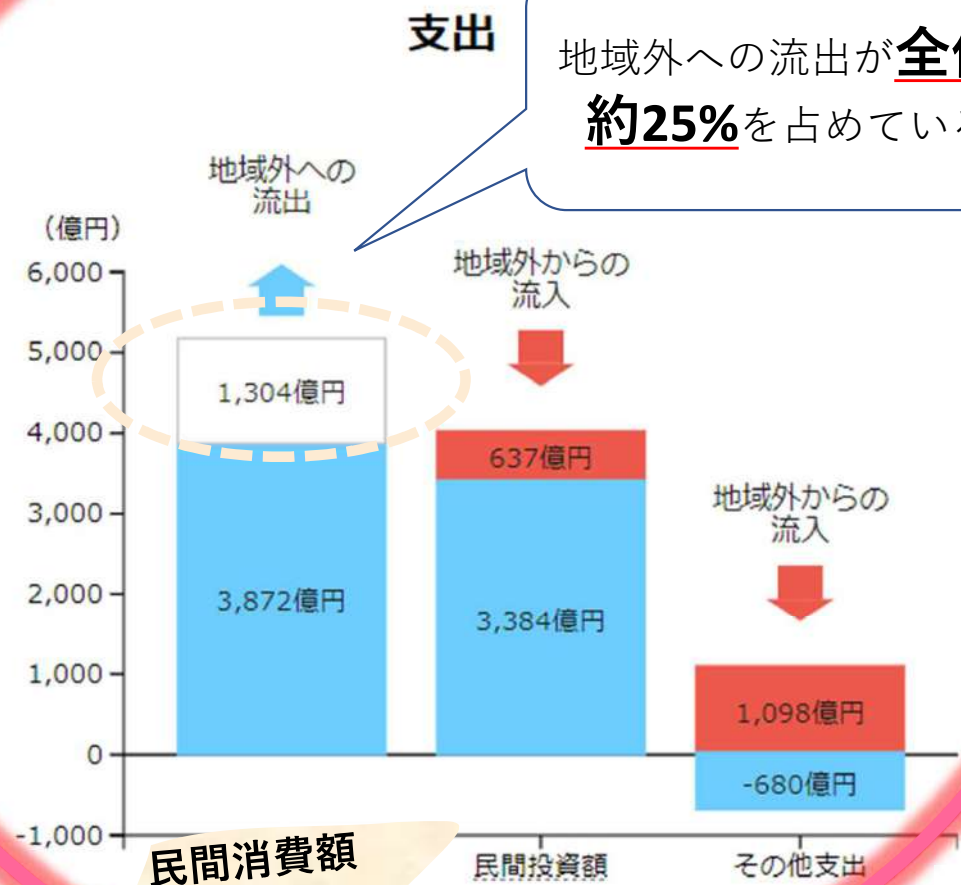
参照: 農林水産省 (https://www.maff.go.jp/j/seisan/kaki/flower/pdf/kakimeguji1404_1.pdf)

西尾市の経済状況

経済循環図において注目すべきは
西尾市の**支出面**！

地域経済循環率
105.5%

地域経済循環図
2015年
指定地域：愛知県西尾市



住民の所得が地域内で消費されているか

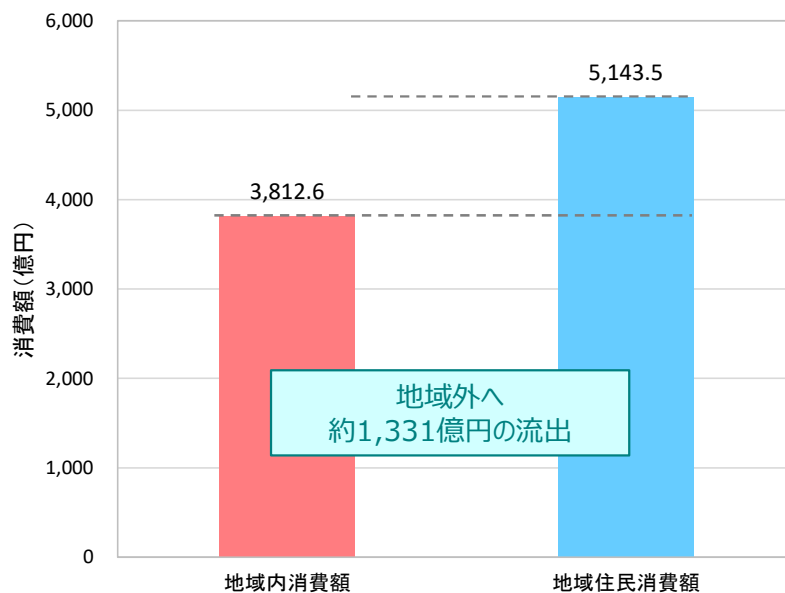
分析の視点

- 消費面では、地域の住民の所得が地域内で消費されているかを把握する。
- まず、地域内消費額と地域住民消費額を比較し、消費の流出・流入状況を把握する(下図①)。
- 次に、消費の流出率を県や人口同規模地域と比較して、どの程度の流出水準であるかを把握する(下図②)。

地域内で消費される額が、地域住民が消費する額よりも1,331億円程度少なく、消費が流出している。

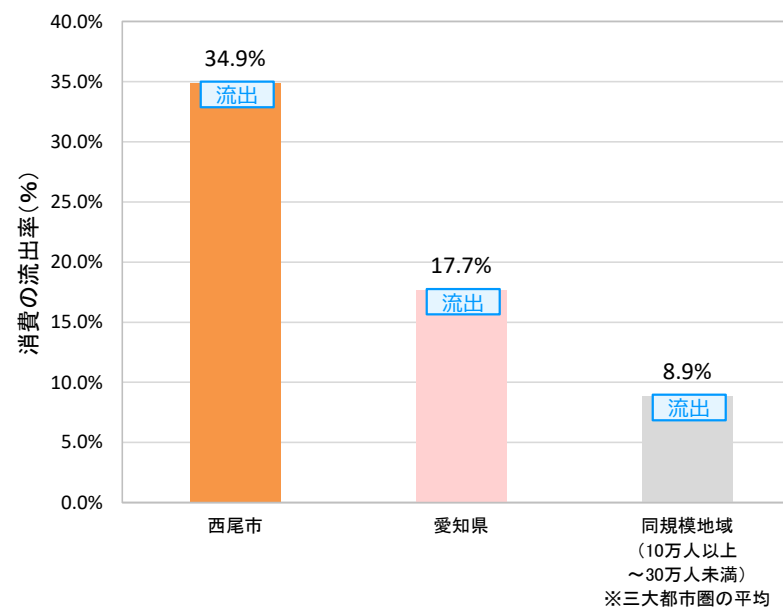
消費の流出率は34.9%であり流出している。流出率は県や人口同規模地域と比較して高い水準である。

①消費の流入・流出



注) 地域内消費額は、地域内の民間消費(誰が消費したかは問わない)を表す。
地域住民消費額は、地域住民の民間消費(どこで消費したかは問わない)を表す。

②消費の流出率



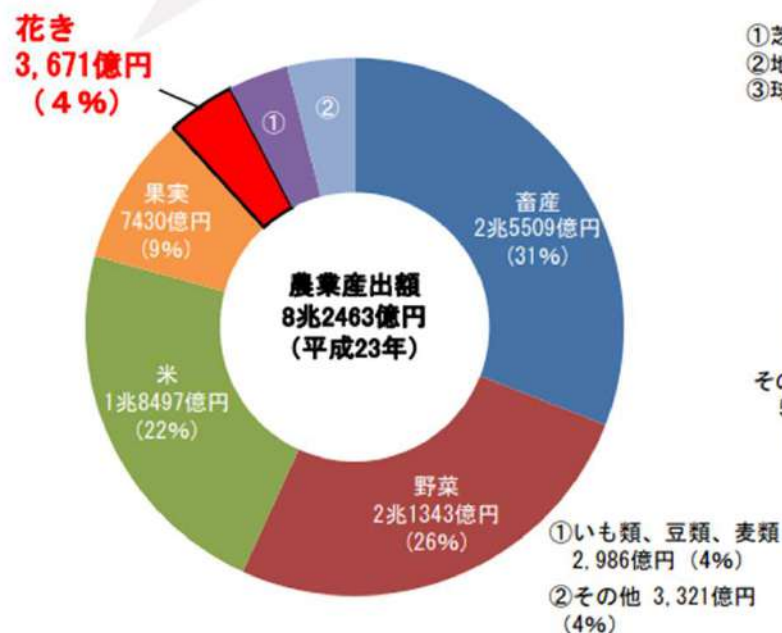
注) 消費の流出率(%) = (地域住民消費額 - 地域内消費額) / 地域内消費額 × 100
流出率のマイナスは流入を意味する。

市場分析

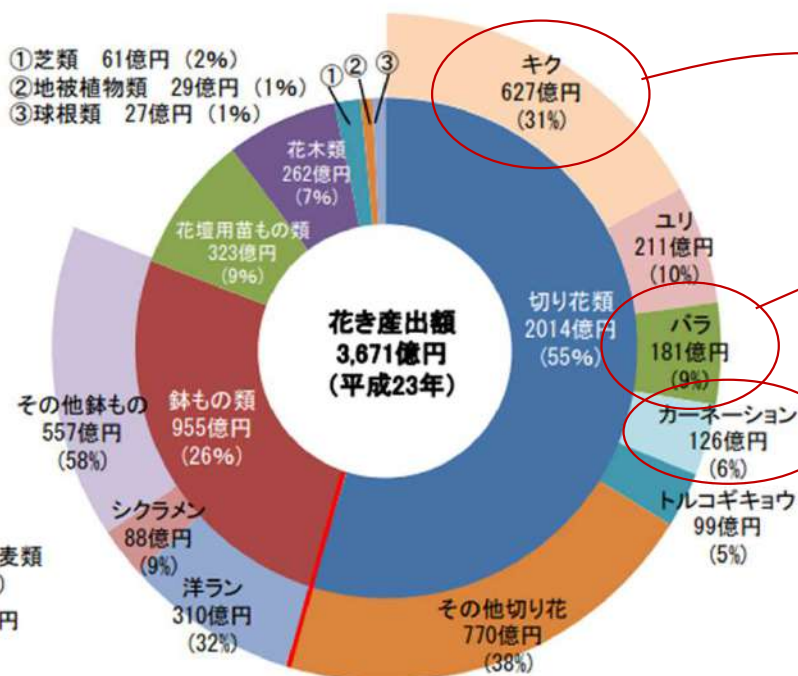
花き流通は生産者から農協を通じて東京、大阪など各消費地の卸売市場に出荷され、卸売会社、仲卸会社、小売会社、消費者に至る。
小規模な小売店が多いうえ、日持ちがしない「多品種小ロット」商品の流通であるため、卸売市場の存在感は依然として大きい。

市場規模は輸入を含め約4200億円

○我が国の農業産出額(平成23年)



○花きの産出額の内訳(平成23年)



西尾市の名産であるこの三種が市場規模の五割を占めており、**全国2位**の花き産出額を誇ることから、西尾市の花き産業全体における存在感がとても大きい事が分かる。

資料: 農林水産省「生産農業所得統計」、「花木等生産状況調査」

3C分析から分かること



3C分析

右図に示す3つのCについて分析し、事業計画やマーケティング戦略を決定する際に用いられる手法。各分析から事業の**成功要因(KSF)**を導き、方針を決定したい！



バラ・カーネーションと・菊の国内生産**上位3品目**に加え、洋花や洋蘭、植木など**幅広い品目**が**名産**であり、それを活かし様々なシチュエーションに合わせた雰囲気作りができる。

この3つの分析を踏まえた事業モデルを考えたい！

販売・流通手段においては市場を介した**卸売りがほとんど**であり、産地ごとに特徴は見られないが、生花に代わり長期観賞かつ処理が簡易な**ドライフラワーの台頭**が目立つ。

国内だけでなく世界で起こる**「花離れ」**に加え、コロナによる祝い事の中止により、消費量の更なる減少している。また、**処理の面倒さ**から、生花をあげる・もらう風習はなくなりつつある。

廃棄問題（フラワーロス）



- 花きの国内消費は、法人が28%、個人が72%を占め、法人の需要がほぼゼロになり、需給のバランスが崩壊に。。。
- 花業界では、仕入れた量の30～40%は廃棄されている。

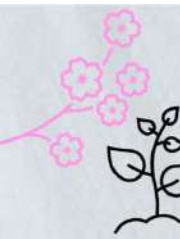


フラワーロスによる経済損失は
年間1,500億円



参照：フラワーライフ振興協議会(<https://flower-life.org/news/flowerloss>)





ドライフラワーとは

- ドライフラワーとは自然の花、葉、茎、果実等を乾燥させて装飾などに使うものである
 - 近年若い女性の贈り物や部屋の飾り付けなどとして人気がある
 - 作り方には、ハンギング法、ドライインウォーター法、シリカゲル法、グリセリン法などがある
 - カフェや部屋に飾ると**イマドキ**のおしゃれな空間を演出できる
 - 余ってしまった花をもらってドライフラワーにすることで、廃棄処分する花を減らせる
- 

✿ドライフラワー制作体験

- ・目的

日常の中で花に直に触れてもらい、
若い世代の人たちに花に興味を持ってもらうことで
花離れを防ぐ。

- ・詳細

フラワーロスとなる花を集め、西尾市の小学校に提供する。
西尾市の全小学校(25校)に協力していただき、1ヶ月に2校
制作体験を実施する。

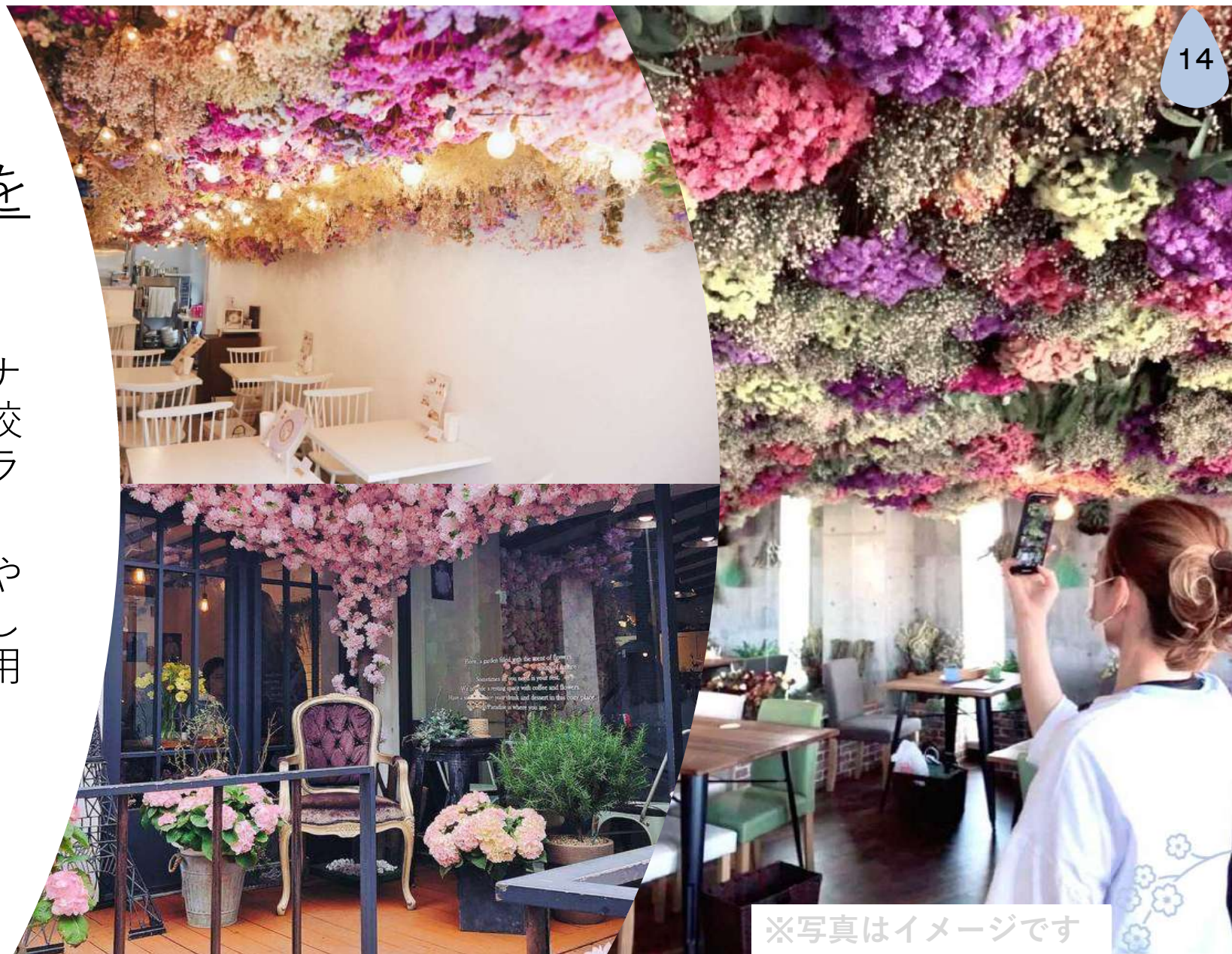




ドライフラワーを 活用したカフェ

西尾駅付近の空きテナントを活用し、小学校で制作したドライフラワーで飾り付ける。

エディブルフラワーや西尾市の組合が開発した**バラのジャム**を使用した商品を扱う。



※写真はイメージです

この事業が与える影響について考える。

カフェを運営するに当たり、来てくれる人々を新規観光客数として捉え、波及効果を計算する。

統計を参考に、カフェー店舗の平均売上額は**月200万円**を目標

(Microsoft Word - 07 H25 経営改善の方策 (喫茶店営業) (mhlw.go.jp)) 厚生労働省

フラワーロス量や食べられるバラなどの季節性を考慮すると、一般的なカフェよりも営業日数は少ないと考えられるため

月平均20日の営業

客単価は一人当たり**1500円**と仮定

よって1日に来る観光客数は **$10万 \div 1500円 \div 67人$** を目標にし

一年で**1.6万人**来ると予想する($67人 \times 20日 \times 12ヵ月$)

政策の効果を推定

一ヶ月当たり 目標平均売上額	200万円 /月
一ヶ月当たり 営業日数(仮)	20日 /月
客単価(仮)	1500円 /人
推定来場客数	16000 人 /年

観光振興(観光客数の増加)の設定

以下の1～4を入力してください

1. 観光客の増加数を入力してください

観光客の増加数(人) 人

2. 支出金額(観光1回)の原単位を入力してください

支出内容	1人当たり支出金額(円/人・年)		域内調達割合 (%)
	日帰り客 (円/人・回)	宿泊客 (円/人・回)	
コメ、野菜、肉などの農産品、畜産品の お土産(加工品を除く)	281	308	18.3
魚、えび、かに、いか、海藻などの水産品 のお土産(加工品を除く)	190	363	89.3
肉や魚、乳製品などの加工食品、飲料など の飲食料品(加工品のお土産(外食を除く))	988	2,184	26.8
キーホルダーなどの雑貨、民芸品	1,934	3,792	26.9
飲食、宿泊などの対個人サービス	1,996	17,414	37.3
温泉、遊園地、美術館、博物館等の 娯楽サービス	1,939	3,159	41.3

3. 観光客のうち宿泊客の割合を入力してください

観光客のうち宿泊客の割合(%) %

4. 複数年の効果を算出する場合は事業年数、割引率を入力してください

事業年数(年) 年

割引率(%) %

4. 1次効果の生産額の増加と付加価値の増加額

【結果の概要の②④⑤】

(1) 1次効果の生産額の増加

解説

- 1次効果（結果の概要⑤）は、事業会社による直接的な生産額の増加額（結果の概要②：地域で発生する直接効果）に、産業間の取引構造を通じて間接的に増加した生産額（結果の概要④：1次間接効果）を加えたものになります。
- ここでは、地域に帰着する直接効果を第1次産業、第2次産業、第3次産業の産業別に濃い赤棒で示し、1次間接効果を薄い赤棒で示しています。

分析の視点

- 1次間接効果は、地域の産業構造や、事業計画における資本構成（地域内出資者割合）、雇用者構成（地域内雇用者割合）、調達計画（地域内調達割合）によって大きく変わってきます。
- 新事業実施が地域経済にもたらす効果を大きくするためには、地域内の企業がどのような資源を持っているか、また地域の産業がどのような取引構造、調達構造となっているか十分に吟味した上で、可能な限り域内からの原材料調達が大きくなるよう検討を行うことが望ましいです。

合計(生産額の増加額) : 1.65 億円



注：表中の数値は表章単位未満の位で四捨五入しているため、総数と内訳の合計は必ずしも一致しない

(2) 1次効果の生産額の増加に伴う付加価値の増加

解説

- 付加価値とは、地域が生産した商品やサービス等を販売して得た金額から、原材料費や外注費といった中間投入額を差し引いた金額です。
- 1次効果（結果の概要⑤）は生産額の増加であり、その一部が人件費や設備投資に回ることによって付加価値の増加に繋がります。
- ここでは、第1次産業、第2次産業、第3次産業の産業別の1次効果を薄い赤棒で示し、各産業の付加価値の増加額を濃い赤棒で示しています。

分析の視点

- 付加価値は生産額から原材料を除いたものであるため、実施した事業が売上に対して原材料費の占める割合が高い（＝付加価値率が低い）場合、付加価値は低くなります。
- また、生産に大規模な機械・設備が必要な産業（装置産業）は付加価値率が高いですが、付加価値のうち人件費に回る割合（＝労働分配率）が低い場合、地域住民の所得にはつながりにくいです。
- このように、付加価値率や労働分配率が付加価値の大きさに関わってきますが、付加価値率や労働分配率は産業ごとに大きく異なるため、施策の検討にあたってはこれらの指標を総合的に見ておくことが重要になります。

1次効果の合計 : 1.65 億円
付加価値増加額の合計 : 0.79 億円



注：表中の数値は表章単位未満の位で四捨五入しているため、総数と内訳の合計は必ずしも一致しない

6. 地域内の消費・投資の増加に伴う生産額の増加

【結果の概要の⑧⑨⑩】

(1) 地域内の消費・投資の増加による生産額の増加

解説

- 地域内の消費・投資の増加（結果の概要⑧）は、これらの増加分を補うためにさらなる生産額の増加（2次間接効果）につながります（結果の概要⑨）。
- 2次効果（結果の概要⑩）は、地域内の消費・投資の増加と2次間接効果の和です。
- ここでは、地域内の消費・投資の増加を第1次産業、第2次産業、第3次産業の産業別に濃い赤棒で示し、2次間接効果を薄い赤棒で示しています。

分析の視点

- 地域内で消費・投資することで誘発される生産額も、1次間接効果と同様のメカニズムで地域内の産業構造を通じ波及していきます。
- 2次間接効果も、1次間接効果と同様に地域の産業構造や、事業計画における資本政策、雇用政策、調達計画の組成などによって大きく変わってきます。
- 施策検討の際には、地域内の企業がどのような資源を持っているか、また地域の産業がどのような取引構造、調達構造となっているか十分に吟味した上で、可能な限り域内からの原材料調達が大きくなるよう検討を行うことが望ましいです。

地域内の消費・投資の増加：	1.03 億円
2次間接効果：	0.55 億円
合計(生産額の増加額)：	1.58 億円



注：表中の数値は表準単位未満の位で四捨五入しているため、総数と内訳の合計は必ずしも一致しない

(2) 2次効果の生産額の増加に伴う付加価値の増加

解説

- 付加価値とは、生産額から原材料（中間投入）に係る費用を除いた金額です。
- 2次効果（結果の概要⑩）は生産額の増加であり、その一部が人件費や設備投資に回ることによって付加価値の増加に繋がります。
- ここでは、第1次産業、第2次産業、第3次産業の産業別の2次効果を薄い赤棒で示し、各産業の付加価値の増加額を濃い赤棒で示しています。

分析の視点

- 付加価値は生産額から原材料を除いたものであるため、実施した事業が売上に対して原材料費の占める割合が高い（＝付加価値率が低い）場合、付加価値は低くなります。
- また、生産に大規模な機械・設備が必要な産業（装置産業）は付加価値率が高いですが、付加価値のうち人件費に回る割合（＝労働分配率）が低いため、地域住民の所得にはつながりにくいです。
- このように、付加価値率や労働分配率が付加価値の大きさに関わってきますが、付加価値率や労働分配率は産業ごとに大きく異なるため、施策の検討にあたってはこれらの指標を総合的に見ておくことが重要になります。

2次効果：	1.58 億円
付加価値増加額の合計：	0.73 億円

二次効果1.58億円
付加価値額合計では0.73億円



注：表中の数値は表準単位未満の位で四捨五入しているため、総数と内訳の合計は必ずしも一致しない

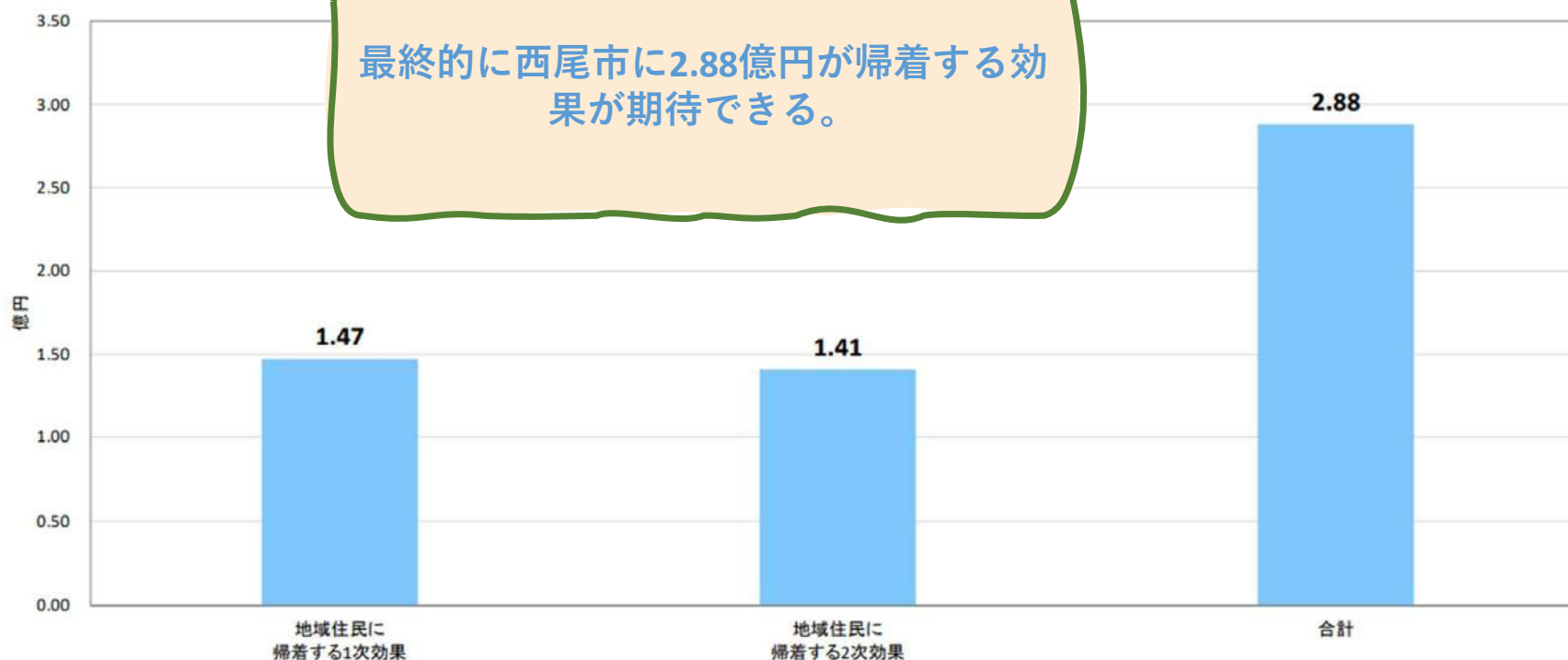
7. 最終的に地域住民に帰着する効果 【結果の概要⑫】

解説

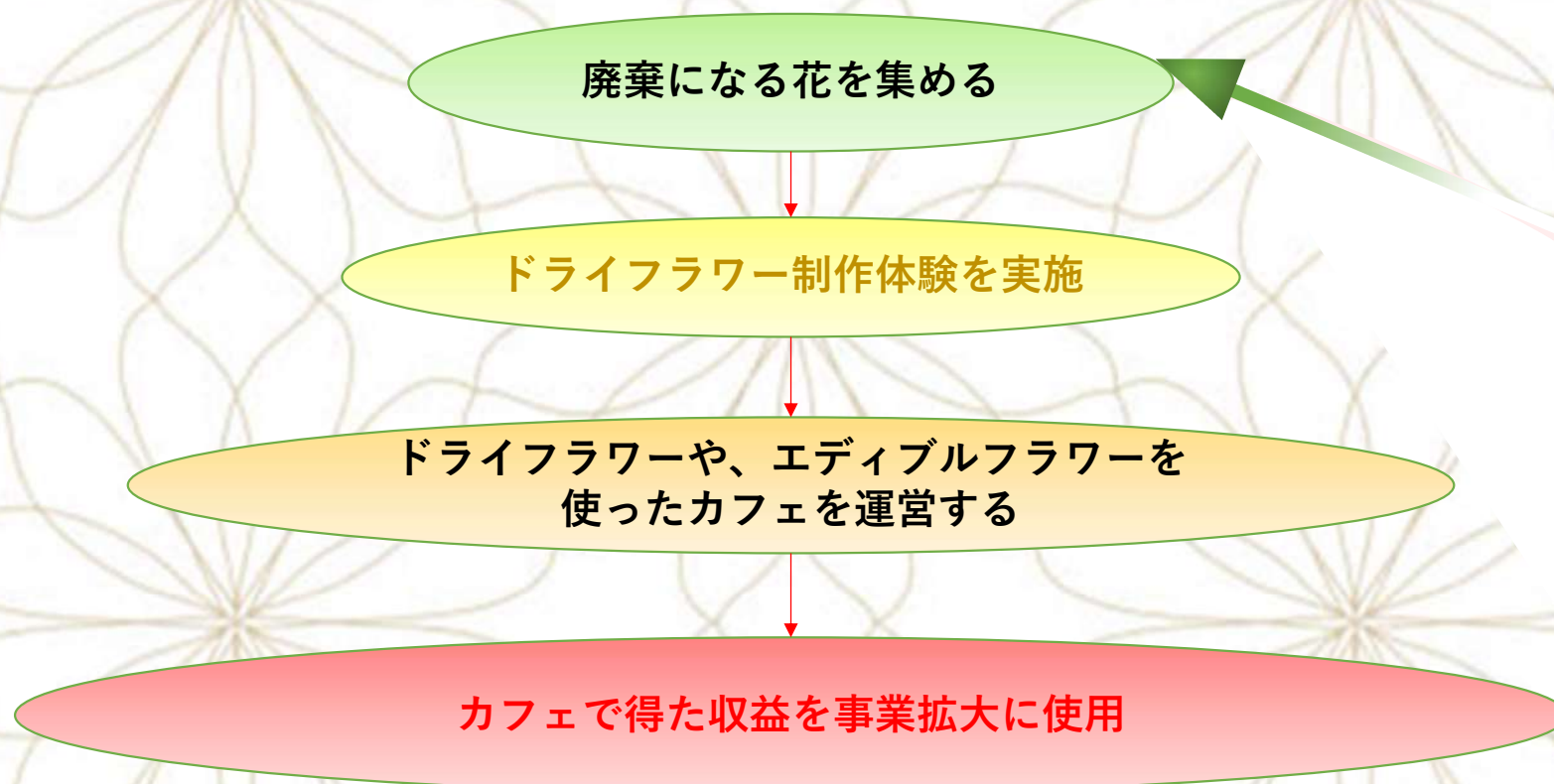
- 地域での事業実施による成果指標は、最終的に地域住民に帰着する効果（地域住民に帰着する1次効果と地域住民に帰着する2次効果の合計）です（結果の概要⑫）。
- ここでは、地域住民に帰着する1次効果、地域住民に帰着する2次効果、合計（最終的に地域住民に帰着する効果）を示しています。

分析の視点

- 地域での事業実施による成果指標は、最終的に地域住民に帰着する効果になります。
- 施策により地域内で新たな事業が興り、地域の産業の生産額が増加しても、最終的に地域住民の所得向上につながらなければ、その施策は成功したとは言えません。
- これまで見てきたように、新たな事業による経済効果が地域内に波及していく過程で、資本、雇用、中間投入、消費・投資といった様々な面で域外への効果の流出が生じていきます。
- このため、最終的に地域住民への帰着を増やすためには、域外への効果の流出を防ぐための資本構成（地域内出資者割合）、雇用者構成（地域内雇用者割合）、調達計画（地域内調達割合）の検討が重要になります。



展開と効果



🎯 長期目標 🔄



事業拡大に向けて

SNSで
話題!



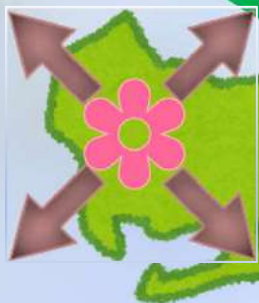
花のネット販売

認知度定着を重点的に取り組み、
事業拡大を目指す。

SNS発信

店を各地に拡大

西尾市の花の
イメージが定着



A close-up, slightly blurred photograph of a person's hands writing on a white sheet of paper. The person is wearing a light blue button-down shirt. Their right hand holds a black pen with gold-colored accents, and their left hand rests on the paper. The background is out of focus, showing more of the person and some indistinct shapes.

発表は以上です。
ご清聴ありがとうございました！