

NEWS LETTER

報道関係各位

2021年12月22日  
第一園芸株式会社

～コロナ禍における2021年の花き業界の変化～

法人では花を社員とのコミュニケーションツールとして活用する動きが広がる  
ニュアンスカラーや赤・ピンク、小ぶりのスプレー咲きの花が人気に  
観葉植物の需要拡大が続き、生育サイクルが合わず品薄状態が続く

花と緑に関する事業を展開する第一園芸株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：伊藤昇、三井不動産グループ）は、コロナ禍における2021年の花き業界の変化をまとめました。

【本資料のポイント】

- 法人の花の活用方法が“ギフト”から“社員とのコミュニケーションツール”へ変化
- 個人用では、自家需要の増加やサブスクの登場で小型の花が求められる傾向に
- 人気の花の色は黄色からニュアンスカラー・赤・ピンクに変化
- 母の日ギフトは原点回帰傾向で、カーネーション鉢の人気が復活。当社取扱実績も昨年の3倍へ
- 観葉植物の需要増加で生育サイクルが合わず品薄状態。卸売平均価格も前年度比114%まで上昇
- 婚礼需要が復活し白花が品薄に
- 花き関連企業や団体のSDGsへの取り組み事例

■法人の花の活用方法が“ギフト”から“社員とのコミュニケーションツール”へ変化

法人の花の利用用途は、従来はお祝いのための花贈りが多い傾向でしたが、コロナ禍を機に花が新たなコミュニケーションツールとしての役割を担い始めています。

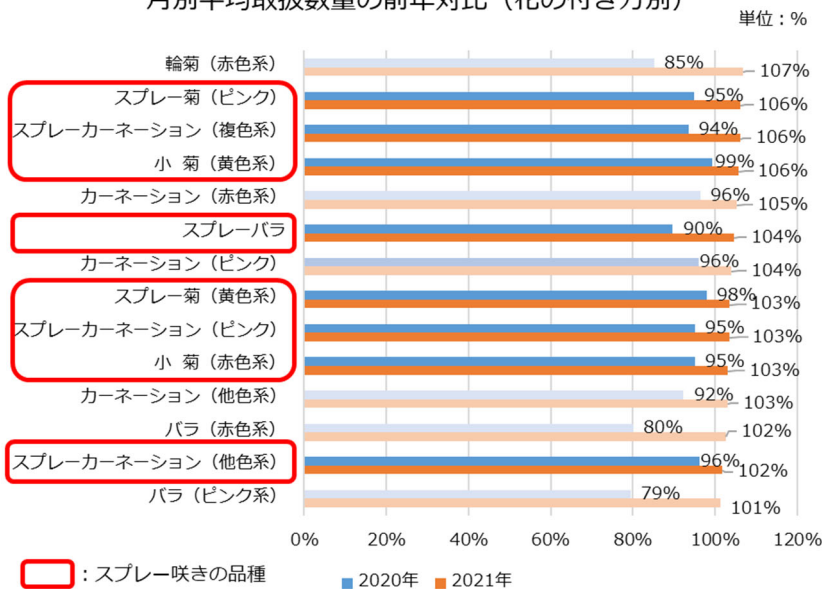
第一園芸では様々な法人向けにワークショップを展開しています。利用企業の中には、コロナ禍で出社が減ったため、福利厚生の一つとして社員の自宅に花を送り、好きな時間に動画を見ながらアレンジメントを作る取り組みを始めた企業もあります。「自宅で好きな時間に、ときには家族も一緒に、花に触れることができると楽しい」と好評です。また、別の企業では、リモート入社式を行うにあたり、事前に社員の自宅に花を届け、その花を眺めながら入社式を行うという取り組みも行われています。



■個人用では、自家需要の増加やサブスクの登場で小型の花が求められる

コロナ渦でうち時間が増加し、自宅に花を飾る需要が膨らんだことで、狭いスペースでも華やかに飾れる、小ぶりの「スプレー咲き」(1つの茎に複数の花が付く)タイプの花の取扱数量が増加しています。こうした花は、ポストに花が届くサブスクリプションサービスでも多く使われているとみられ、今後も需要が高まると推測されます。

月別平均取扱数量の前年対比(花の付き方別)



※「市場統計情報(～2021年10月)」(東京都中央卸売市場)より花の付き方にバリエーションがあり、取扱数量の多いキク、バラ、カーネーションにつき集計

■巣ごもり需要の黄色い花人気に変化。戻ってきた日常生活と共にニュアンスカラー・赤・ピンクが復活

2020年は元気が出るような黄色い花の需要が高まりましたが、2021年の東京都中央卸売市場での月別平均取扱数量の前年対比をみると、ニュアンスカラーや赤・ピンクが上位を占めるようになりました。緊急事態宣言が解除され日常生活が戻りつつあることで、人々の気持ちが少しずつ明るく前向きに変化していることが推測されます。

月別平均取扱数量の前年対比(色別)

色	品目名	2020年 (%)	2021年 (%)
複色系	スプレーカーネーション	94%	106%
赤色系	輪菊・小菊・バラ・カーネーション	91%	104%
ピンク	スプレー菊・バラ・カーネーション・スプレーカーネーション	91%	104%
黄色系	輪菊・スプレー菊・小菊・バラ	95%	102%
他色系	輪菊・スプレー菊・小菊・バラ・カーネーション・スプレーカーネーション	89%	98%
白色系	輪菊・スプレー菊・小菊・バラ・カーネーション	93%	97%

単位: %

※「市場統計情報(～2021年10月)」(東京都中央卸売市場)よりカラーバリエーションが豊富で取扱数量の多いキク、バラ、カーネーションにつき集計



■母の日ギフトは原点回帰傾向でカーネーション鉢の人気の復活。当社店舗での取扱実績も昨年の3倍へ近年、母の日の花鉢はカーネーションからアジサイへと人気が移りつつありましたが、2021年の母の日はカーネーションの鉢植え人気の復活。当社店舗における取扱数量も昨年実績の約3倍となり、市場で追加注文が受けられない状況となりました。人気の花の色が黄色からニュアンスカラーや赤・ピンク系へと変化したことも影響したのか、母の日＝カーネーションといった、母の日ギフトの原点回帰傾向が読み取れます。



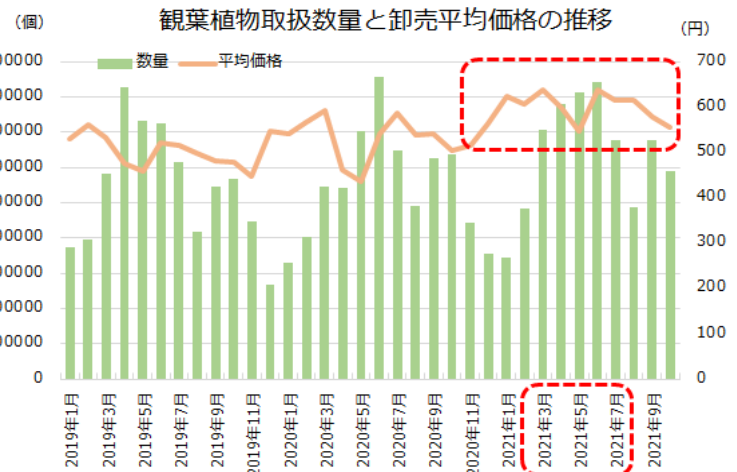
■観葉植物は需要増加に生育サイクルが合わず品薄状態に。卸売平均価格も前年度比114%まで上昇。当社が7月に行った調査では、全体の6割強が「観葉植物に興味がある」と回答するなど\*、観葉植物の需要は高まっています。コロナ禍以前は、1～2月・7～8月は生産の閑散期であり、作付けを行う期間でしたが、2021年は2月以降から観葉植物が売れ続けた結果、生育サイクルが合わずに品不足になることもありました。卸売平均価格も前年度比114%と上昇しており、現在も需要拡大に対し生育サイクルが合っていない状況は続いています。

観葉植物の取扱状況（2019年～2021年10月）

	2019年	2020年	2021年（～10月）
取扱数量（個）	6,490,040	6,581,655	6,402,556
金額（円）	3,237,682,406	3,481,080,921	3,844,374,103
平均価格（円）	499	529	600
平均価格/前年比	—	106%	114%

※「市場統計情報（～2021年10月）」（東京都中央卸売市場）より当社作成

※<第一園芸調べ>観葉植物に関するアンケート調査結果  
（2021.9.3付リリース）

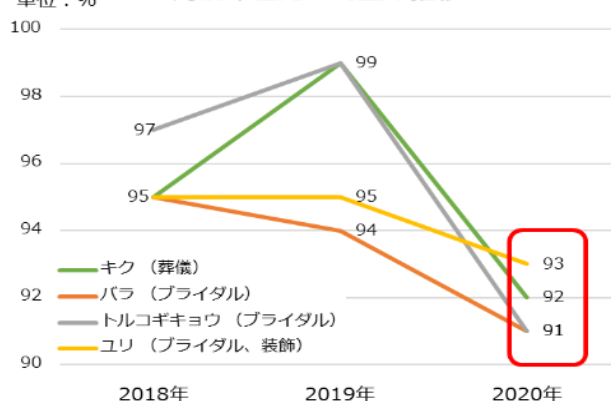


※「市場統計情報（～2021年10月）」（東京都中央卸売市場）より当社作成

■婚礼需要が復活し、白い花が品薄に

2020年は葬儀・ブライダル・宴会などの業務用需要が減ったため、そうした用途に使われる花の出荷量が前年対比91～93%程度まで減少。しかし、2021年10月の緊急事態宣言解除に伴い婚礼需要が復活したことを受け、今年の秋頃から白系の花を中心に卸売価格が上がるなど品薄状態が続いています。

対前年産比出荷量の推移



※「作況調査（花き）」（農林水産省）をもとに当社作成

婚礼用途の白い花の卸売平均価格

（2019年以降平均価格=100とした場合の指数、110以上を赤字で表記）

	バラ （白色系）	トルコギキョウ （白色系）	ユリ （ハイブリッド）	カラー	宿根かすみ草
2021年3月	141.8	107.4	116.0	96.6	107.6
2021年4月	106.3	113.1	100.5	88.8	84.8
2021年5月	106.3	121.6	92.0	105.6	103.8
2021年6月	86.1	106.8	87.0	123.6	110.1
2021年7月	79.7	109.1	87.5	107.9	100.0
2021年8月	89.9	101.7	110.5	119.1	129.1
2021年9月	106.3	115.9	119.5	133.7	179.7
2021年10月	122.8	113.1	94.0	125.8	136.7

※「市場統計情報（～2021年10月）」（東京都中央卸売市場）より当社作成。

## ■SDGsの目標達成に向けた第一園芸の取り組みと他事例

2020年は突然のコロナ禍で大量のロスフラワーが生まれたことから、花の需要拡大に向けて取り組みが行われてきましたが、2021年はそもそもロスフラワーを生まないよう、規格外の花を活用してその個性や多様性に目を向けるなど、SDGs（持続可能な開発目標）の12番の目標である「持続可能な生産消費形態を確保する」を中心に、当社をはじめとする花き関連企業や団体がさまざまな取り組みを行っています。

企業・団体名	取り組みの概要
第一園芸	規格外の「ユニークフラワー」を一部に使用し、オフィスやご自宅で花のある日常を楽しみ、オフィス価値の再構築やワーカーのウェルビーイング向上を図るプロジェクト「life with flower」を実施  代表企業として指定管理を行う練馬区立四季の香ローズガーデンで以下の取り組みを実施。 ・薬剤散布を減らして低農薬で見ごたえのある庭づくりを実現 ・落葉等で堆肥を作成し園内花壇で使用するなど、資源を循環させ廃棄物の減量化を推進 ・イベント時の地産地消マルシェなど、地元産の食品や商品を販売する機会を積極的に創出
一般社団法人JFTD 花キューピット	CO2排出のさらなる抑制を目指し多用途小型商用EV車「ELEMO」と実証実験を実施
フラワーライフ振興協議会	農林水産省「公共施設等における花きの活用拡大支援事業」の一環として「第一回伊勢フラワーサミット」を開催し、SDGsをテーマに花きの歴史や文化を学ぶ

※当社まとめ・敬称略

## ■第一園芸・仕入れ担当者から見た2021年の花のトレンド

<花の色と質感に変化。バージョンアップした80年代の花が新鮮。／生花仕入担当：山下 瞬>

昨年の巣ごもり需要では黄色やオレンジといった、元気が出るような色に人気移行していましたが、コロナ禍が落ち着いてきた秋以降、元々人気のあったニュアンスカラーやアンティークな色合いの花が戻ってきたように思います。花の品種もドライフラワーにもなる、乾いた質感のスターチスやユーカリから、バラやランなどの瑞々しさのある花や、繊細な質感のスカビオサなどへとトレンドが移っているようです。

また、最近の傾向としては80年代に主流だったアルストロメリアやグラジオラス、スナップ（キンギョソウ）が品種改良され、再ブームが到来しそうな予感がしています。音楽がそうであるように、80年代の花がZ世代には新鮮に映るのではないのでしょうか。



<規格に当てはまらない花鉢が人気。観葉植物人気で常に品薄に。／鉢物仕入担当：鈴木智子>

鉢物の分野では切り花と違い、一点ものといった個性豊かなものが好まれる傾向があるように感じています。特にアジサイを筆頭に、色の違いが楽しめる咲き分けタイプや絞り（不規則な刷毛模様）といった、一鉢ごとに表情が異なる品種の人气が高まっています。また、今年特に目立ったのは観葉植物の動きです。特定の珍しい品種に限らず、定番の品種を含めて幅広く観葉植物が売れています。一部の品目では、コロナ禍での様々な要因により、市場にほとんど出ない状況が続いていましたが、秋以降は状況が少し落ち着いてきたようです。

## ■第一園芸株式会社 概要

第一園芸は、花と緑のプロフェッショナルとして創業 123 年を迎える、三井不動産グループの企業です。店舗やオンラインショップでの個人/法人向け商品の販売、婚礼装花、オフィスビルや商業施設などの都市緑化や公園・庭園などの造園・管理を手がける緑化事業、季節の空間装飾事業など、幅広い事業を展開しています。今後も第一園芸は、花と緑に囲まれ豊かで潤いのある、そして持続可能な社会の実現を目指して挑戦しつづけます。

所在地：東京都品川区勝島 1 丁目 5 番 21 号 三井物産グローバルロジスティクス勝島 20 号館

代表者：代表取締役社長 伊藤昇

創業：1898 年（設立 1951 年）

資本金：4 億 8 千万円

株主：三井不動産株式会社（100%）

URL：<https://www.daiichi-engei.jp/>