

令和元年度

果樹種苗生産の動向に関する調査報告書

令和2年3月

公益財団法人 中央果実協会

## はしがき

平成 27 年 4 月に公表された果樹農業振興基本方針に即して、都道府県の果樹農業振興計画や果樹産地構造改革計画が策定され、また平成 28 年度からは果樹農業好循環形成総合対策事業が実施されています。

他方、優良な果樹種苗の安定供給は果樹生産の維持・発展を図る上で欠かすことのできない基盤となるものです。特に、近年、果樹の生産現場では、収益性の高い新品種への更新や新たに開発された省力栽培技術の導入が重要となっており、これらに必要な苗木の安定供給が求められています。しかしながら、果樹種苗については、需給動向、生産者の実態、流通経路などについて不明な点が多く、安定供給に向けた対策をとる際の隘路となっています。

そこで、果樹農業好循環形成総合対策事業における調査研究等事業の一環として、果樹種苗を取り扱っている全国の主な種苗業者に対し、経営の概要や果樹種苗の販売状況に関するアンケート調査を実施しました。さらに、代表的な果樹苗木生産団体を対象に、果樹種苗業者の動向、果樹種苗の生産・販売動向、果樹種苗生産業の維持・発展を図る上での課題等について対面による現地調査を実施しました。調査は、一般社団法人日本果樹種苗協会に委託して行いました。

本調査にご尽力いただきました方々に深く感謝申し上げますとともに、調査結果が、様々な場面で活用され、今後の我が国果樹産業の発展に少しでもお役にたてれば幸いです。

公益財団法人 中央果実協会  
理事長 弦間 洋



# 目次

1 調査の概要 .....	1
1) 調査の目的 .....	1
2) 調査の体制 .....	1
3) 調査の内容および方法 .....	2
2 果樹種苗の生産・販売の実態 .....	3
1) 果樹種苗業者の実態 .....	3
(1) 経営形態及び後継者の確保状況 .....	3
(2) 果樹種苗の生産・販売状況 .....	4
(3) 樹種別の生産・販売状況 .....	9
(4) 受託生産の状況 .....	23
(5) 生産圃場の状況 .....	24
(6) 労力の確保状況 .....	26
(7) 小売り手法等 .....	27
2) 果樹種苗の販売先 .....	28
(1) 販売先の業態 .....	28
(2) 県外への販売 .....	30
3 果樹種苗の生産・販売に係る動向及び課題 .....	32
1) 果樹種苗の生産・販売動向 .....	32
(1) 果樹種苗の販売動向 .....	32
(2) 醸造用ぶどう種苗の生産・販売動向 .....	38
2) 果樹種苗業者における経営上の課題 .....	39
4 まとめ .....	41
1) 果樹種苗生産における課題 .....	41
2) 果樹種苗の安定供給に向けて必要な取組 .....	43
(参考)「果樹種苗生産の動向に関するアンケート調査等式」 .....	44



## 1 調査の概要

### 1) 調査の目的

我が国の果樹産業を維持・発展させるためには、優良な品目や品種への改植等を通じて収益性の高い果樹園へ転換することが不可欠であり、このようなニーズに即した健全な果樹種苗の安定供給が重要となっている。しかしながら、我が国では果樹種苗の生産に関する統計調査等が行われておらず、その全貌は把握されていない。

そこで、果樹種苗生産に携わる生産者の実態、経営状況を全国レベルで調査するとともに、最近の果樹種苗生産をめぐる動向を把握するための調査を行い、果樹種苗を安定的に供給するための施策立案に資することを目的とした。

### 2) 調査の体制

#### (1) 推進体制

公益財団法人中央果実協会が学識経験者等からなる「果樹種苗生産の動向に関する調査検討会」を組織して委員会を開催し、調査内容、調査方法、調査結果の検討を行った。検討会委員は下記の通りである。

「果樹種苗生産の動向に関する調査検討会委員」

座長	駒村 研三	一般社団法人 日本果樹種苗協会専務理事
委員	樫村 芳記	一般社団法人 日本果樹種苗協会事務局長
	河田 誠吾	岡山県果樹苗木生産販売組合 組合長
	菊地 善和	山形県果樹苗木生産組合 組合長
	深田 稔	株式会社吉岡国光園 代表取締役社長

#### (2) 検討会の開催

第1回検討会 令和元年7月12日(金) 三会堂ビル2階 B 会議室

- ・調査の目的及び検討会の進め方について
- ・アンケート調査の項目、内容、実施時期について
- ・現地調査の対象県と調査内容について

第2回検討会 平成2年1月 29 日(水) 三会堂ビル2階 B 会議室

- ・アンケート調査結果について
- ・現地調査結果について
- ・調査報告書のとりまとめについて

### 3)調査の内容および方法

#### (1)調査の実施期間

令和元年5月～令和2年3月

#### (2)調査の方法

##### ① 果樹種苗生産の動向に関するアンケート調査

令和元年8月30日に、果樹種苗を取り扱っている全国の主な種苗業者184社に対し、経営の概要や果樹種苗の販売状況に関するアンケート調査用紙(参考)を郵送し、同年9月18日の締切までに、調査対象業者の69.6%にあたる128社から回答を得た(表1-2-1)。なお、調査対象とした種苗業者の多くは、国(国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構)が育成する新品種について利用許諾契約を締結するなど、果樹種苗の生産に積極的な業者である。

果樹種苗を取り扱う種苗業者は地理的に偏在しており、調査対象業者184社のうち、56社は福岡県、19社は愛知県、18社は茨城県に所在している。また、埼玉県、長野県、和歌山県(以上の各県に11社が所在)、山形県(10社が所在)にも業者が多い。なお、福岡県の56社は、我が国を代表する果樹苗木生産地である久留米市田主丸町及び同町に隣接する地区に局在している。

表1-2-1 アンケート調査の回答状況

地 域	調査業者数	回答業者数	回答率
東北	18	15	83.3%
関東・東海・北陸	76	46	60.5%
近畿・中国・四国	26	15	57.7%
九州	64	48	75.0%
不明		4	
計	184	128	69.6%

回答のあった128社には一部の質問にのみ回答した業者も多かったため、集計結果には各項目に係る質問に回答した業者数を記載した。また、種苗の販売量など数値による回答については、いずれも分布の偏りが大きかったため、統計量として、平均値、最大値、最小値に加えて中央値を示した。

## ② 果樹種苗業者団体からの聞き取り調査

果樹種苗業者の団体である福岡県苗木農業協同組合（以下「福岡苗木農協」という。）、山形県果樹苗木生産組合（以下「山形苗木組合」という。）及び岡山県果樹苗木生産販売組合（以下「岡山苗木組合」という。）を対象に、果樹種苗業者の動向、果樹種苗の生産・販売動向、果樹種苗生産業の維持・発展を図る上での課題等について、対面による聞き取り調査を行った。特に、福岡苗木農協ではかんきつを、山形苗木組合ではぶどうを中心に調査を行った。

## 2 果樹種苗の生産・販売の実態

### 1) 果樹種苗業者の実態

#### (1) 経営形態及び後継者の確保状況

##### ① 経営形態

経営形態について回答した業者のうち法人経営は28.9%にとどまっていることから、種苗業者の主たる経営形態は個人経営と考えられる(表 2-1-1)。

法人経営の比率を地域別に見ると、九州で12.5%と低い一方、東北は53.3%と高い(表 2-1-1)。九州における法人化率の低さについて、当地域の種苗業者の多くが加入している福岡苗木農協は、経営状況の厳しい業者が多く、法人化した場合に必要となる従業員に係る社会保険や厚生年金の掛金を負担することが困難なこと、個人経営の方が法人経営に比べて自由度が高いと考えている業者や、経営者という感覚を持っていない業者が多いことが主な要因との見方をしている。一方、山形苗木組合は、東北地域の回答結果と同様に組合員の半数以上が法人化しているが、その要因として、法人の方が労力を確保しやすいこと、特に正社員を確保する上では社会保険や厚生年金に加入できることが必須であることを指摘している。

##### ② 後継者の確保状況

事業の後継者は、回答業者の35.7%で決定している(表 2-1-1)。

後継者の決まっている業者の比率を地域別に見ると、九州で25.5%と低く、東北



及び近畿・中国・四国で53.3%と高い(表 2-1-1)。九州における本比率の低さについて、福岡苗木農協は、事業の収益性が低く、後を継ぐ魅力がないことが主たる要因とみている。福岡苗木農協に加入している業者の後継者で構成される研究会の会員は、この15年間でおよそ半減しており、同農協では、後継者の確保は今後ますます困難になるものと危惧している。一方、山形苗木組合では、ぶどう「シャインマスカット」や醸造用ぶどうの苗木販売が好調など経営環境が良好なことから、大半の組合員で後継者を確保できている。

後継者が決まっている業者の比率を経営形態別に見ると、個人経営で32.2%、法人経営で44.4%であり、個人経営の方が低くなっている。しかしながら、このことは、個人経営が多く業者数も多い九州で当該比率が低いことによるものであり、経営形態と後継者確保との直接的な関係は明らかでない。

表2-1-1 経営形態及び後継者の確保状況

	回答 業者数	経営形態 (法人の割合)	後継者が決まっ ている業者の比率
東北	15	53.3%	53.3%
関東・東海・北陸	46	39.1%	31.1%
近畿・中国・四国	15	33.3%	53.3%
九州	48	12.5%	25.5%
全 体 <sup>※</sup>	128	28.9%	35.7%

※ 所在地未記入の業者を含む

## (2) 果樹種苗の生産・販売状況

### ① 果樹種苗の総販売量

1種苗業者の1年間(平成29年8月1日～平成30年7月31日)における果樹種苗の総販売量は、全体の平均値で47,509本、中央値で30,000本であった(表 2-1-2)。

本販売量は業者による違いが大きいため、販売量別の業者数を図 2-1-1 に示した。全体の37.6%にあたる38業者は2万本未満の販売量であり、販売量が多いほど該当する業者数は減少する傾向にあるが、12万本以上の業者も全体の8%にあたる8業者存在している。この8業者のうち、最も販売量の多い業者を含む5業者は福岡県に所在している。

表2-1-2 各業者における種苗の年間総販売量及び総販売額に占める果樹種苗販売額の比率

	種苗の総販売量(本) <sup>※1</sup>					総販売額に占める果樹種苗販売額の比率				
	回答業者数	平均値	最大値	中央値	最小値	回答業者数	平均値	最大値	中央値	最小値
東北	9	32,169	70,500	26,650	2,000	14	94%	100%	98%	80%
関東・東海・北陸	35	40,950	241,800	30,000	300	42	71%	100%	80%	3%
近畿・中国・四国	14	56,024	150,000	38,475	8,040	15	73%	100%	95%	0%
九州	39	54,968	268,500	29,500	2,430	44	80%	100%	90%	30%
全体 <sup>※2</sup>	101	47,509	268,500	30,000	300	119	78%	100%	90%	0%

※1 平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量

※2 所在地未記入の業者を含む

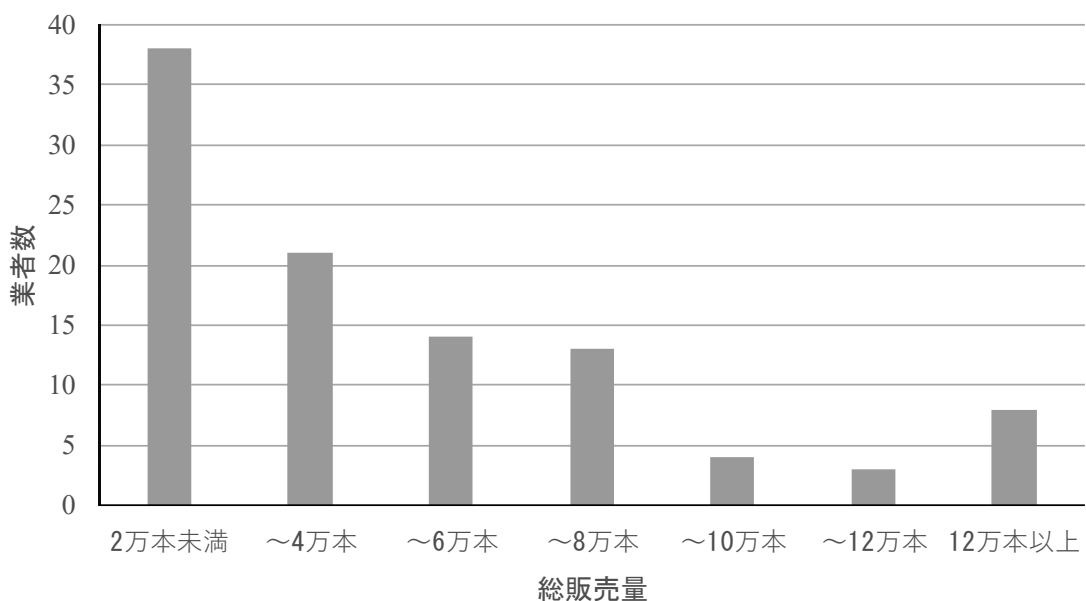


図2-1-1 年間種苗総販売量<sup>※</sup>別の業者数

(※平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量)

② 種苗の総販売額に占める果樹種苗販売額の比率

総販売額に占める果樹種苗販売額の比率は、全体の平均値で78%、中央値で90%と高い(表 2-1-2)。地域別に見ると、東北における比率が特に高く、すべての業者において、総販売額に占める果樹種苗販売額の比率は80%以上である(表 2-1-2)。

本比率も偏りが著しいため、本比率別の業者数を図 2-1-2 に示した。全体の69.4%にあたる76業者は総販売額の80%以上を果樹苗木の販売が占めている。今回のアンケート調査は国が育成する新品種について利用許諾契約を締結するなど果樹種苗の生産に積極的な業者を対象に実施したことから、このような結果になったものと思われる。

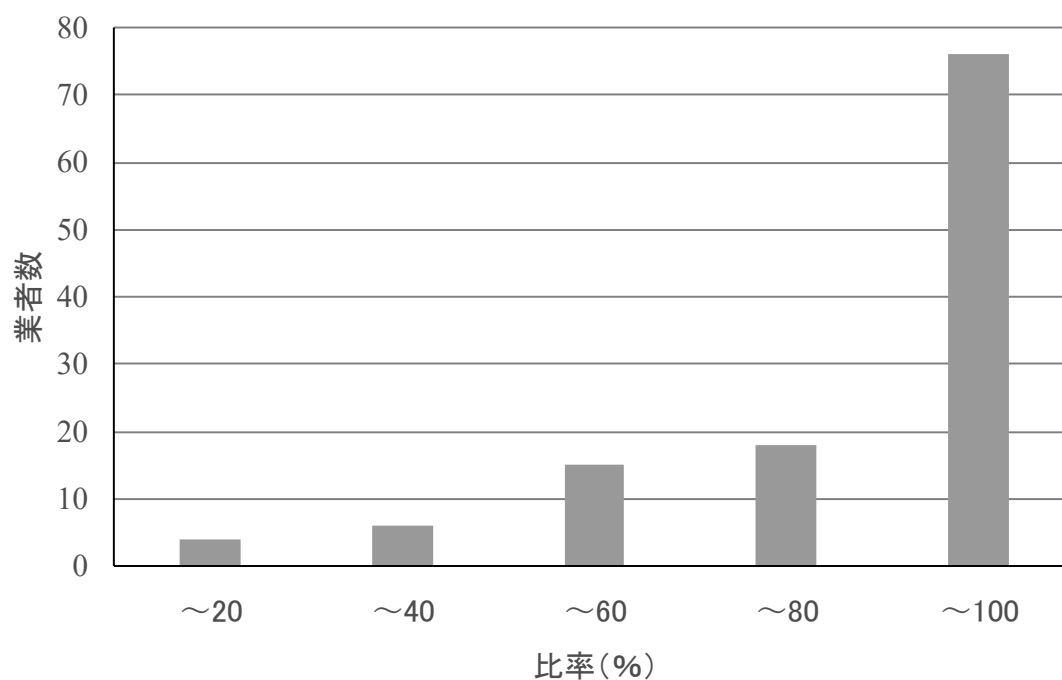


図2-1-2 総販売額に占める果樹種苗販売額の比率別の業者数

③ 種苗総販売量に占める自社生産種苗の比率

業者が販売する種苗には、自ら生産したものだけでなく、他者に委託して生産したものの、他者から購入したものがある。今回、各業者が1年間(平成29年8月1日～平成30年7月31日)に販売した種苗について、種苗の調達手段を尋ねたところ、回答業者の73.0%にあたる65社において、販売した種苗の80%以上を自社生産していた(図2-1-3)。前述したとおり、今回のアンケート調査における調査対象は、新たな登録品種の生産に必須となる利用許諾契約に前向きな種苗業者が主体であることから、自ら積極的に種苗生産に取り組んでいるものと推察される

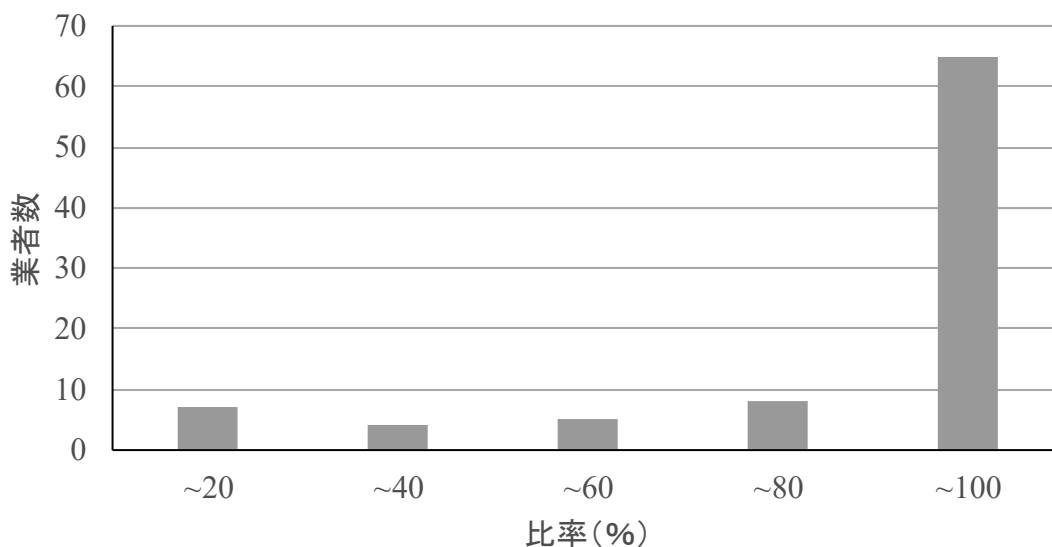


図2-1-3 年間種苗総販売量※に占める自社生産種苗の比率別の業者数  
 (※平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量)

④ 取扱樹種数

各業者が取り扱っている樹種の数を表 2-1-3 及び図 2-1-4 に示した。回答業者全体で見ると、平均値で7.7、中央値で8である。なお、今回は、調査対象を15種(温州みかん、温州みかん以外のかんきつ、りんご、ぶどう(生食用、生食・醸造兼用)、ぶどう(醸造専用)、日本なし、西洋なし、もも、うめ、すもも、かき、おうとう、キウイフルーツ、くり、びわ)に絞ったことから、各業者とも回答樹種数を上回る樹種を扱っている可能性がある。

表2-1-3 各種苗業者における取扱樹種数

	回答業者数	取扱樹種数※1			
		平均値	最大値	中央値	最小値
東北	14	5.7	14	4	1
関東・東海・北陸	41	8.4	15	10	1
近畿・中国・四国	13	8.5	15	12	2
九州	41	7.3	15	7	1
全体※2	111	7.7	15	8	1

※1 調査対象樹種15種(温州みかん、温州みかん以外のかんきつ、りんご、ぶどう(生食用、生食・醸造兼用)、ぶどう(醸造専用)、日本なし、西洋なし、もも、うめ、すもも、かき、おうとう、キウイフルーツ、くり、びわ)のうち、種苗を販売した樹種の数

※2 所在地未記入の業者を含む

取扱樹種数別の業者数を見ると、1～3の限られた樹種のみを取り扱っている業者と13以上の多くの樹種を取り扱っている業者が、それぞれ37社(回答業者の33%)及び31社(回答業者の28%)と多く、取扱樹種数がこれらの間となる業者は少ない(図2-1-4)。

取扱樹種数の少ない業者について詳しく見てみると、回答業者の29.7%にあたる33社が単一の樹種のみを取り扱っている。その中でも、かんきつのみ(温州みかん及び温州みかん以外のかんきつ)を取り扱っている業者が18社と多く、それらの所在地は、福岡県が9社、愛知県及び和歌山県が各3社、愛媛県、熊本県及び鹿児島県が各1社となっている。次いで、ぶどうのみ(生食用、生食・醸造兼用、醸造専用のすべて又は一部)を取り扱っている業者が9社と多く、うち4社は山形県、3社は山梨県、2社は長野県に所在している。他には、りんごのみを取り扱っている業者が2社(両社とも青森県に所在)、くりのみを取り扱っている業者が2社(両社とも茨城県に所在)、びわのみを取り扱っている業者が2社(長崎県及び福岡県に所在)となっている。なお、これらの単一樹種を取り扱っている業者は、いずれも販売する種苗の多くを自社で生産している。

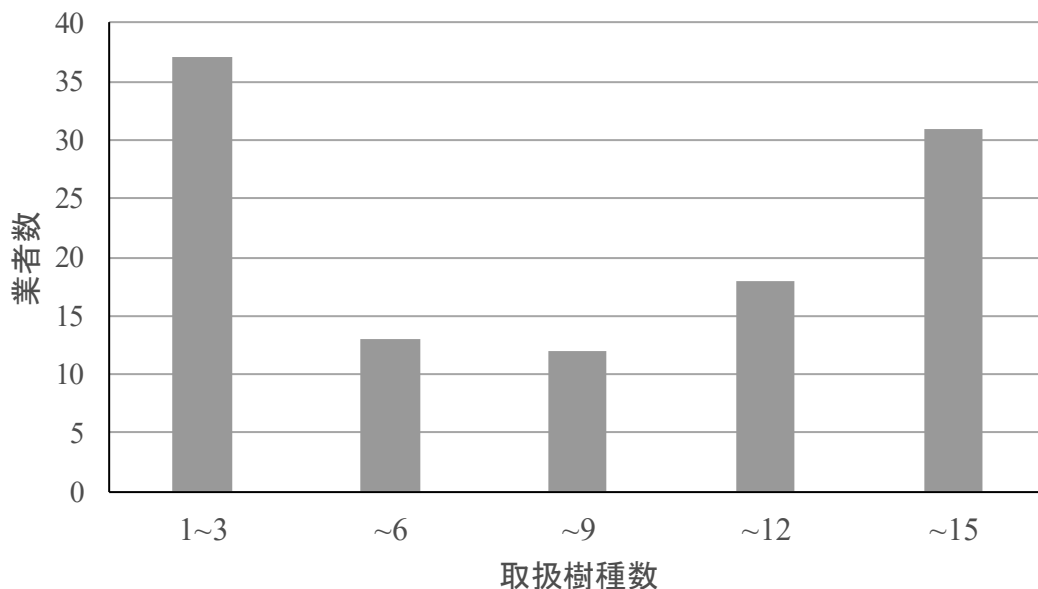


図2-1-4 取扱樹種数<sup>※</sup>別の業者数

※ 調査対象樹種15種(温州みかん、温州みかん以外のかんきつ、りんご、ぶどう(生食用、生食・醸造兼用)、ぶどう(醸造専用)、日本なし、西洋なし、もも、うめ、すもも、かき、おうとう、キウイフルーツ、くり、びわ)のうち、種苗を販売した樹種の数

### (3) 樹種別の生産・販売状況

#### ① 温州みかん

1業者あたりの年間販売量は、平均値で17,988本、中央値で10,000本であった(表 2-1-4)。販売量別の業者数(図 2-1-5)を見ると、1万本未満の業者が最も多く、回答業者の45.3%にあたる29社であった。販売量が多いほど該当する業者数は減少する傾向にあったが、5万本以上の業者も全体の8.5%にあたる5社存在した。この5社のうち4社は福岡県に、残り1社は愛知県に所在している。地域別に見ると、販売業者数、1業者あたりの販売量ともに、九州が最も多く、次いで関東・東海・北陸で多かった(表 2-1-4)。

販売種苗の生産手段を見ると、九州では、9割以上を自社生産している一方、関東・東海・北陸及び近畿・中国・四国は4割程度と低い(表 2-1-4)。

表2-1-4 各業者における温州みかんの年間種苗販売量及び主な生産手段

地域	販売量 <sup>※1</sup> (本)					主な生産手段別の比率			
	回答業者数	平均値	最大値	中央値	最小値	回答業者数	自社生産	委託生産	購入
東北	1	300	—	—	—	1	0.0%	0.0%	100.0%
関東・東海・北陸	15	9,975	50,000	4,800	30	21	38.1%	19.0%	42.9%
近畿・中国・四国	7	9,960	28,000	9,700	20	11	45.5%	18.2%	36.4%
九州	39	19,528	110,000	12,000	150	37	91.9%	5.4%	2.7%
全体 <sup>※2</sup>	64	17,988	150,000	10,000	20	74	64.9%	10.8%	21.6%

※1 平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量 ※2 所在地未記入の業者を含む

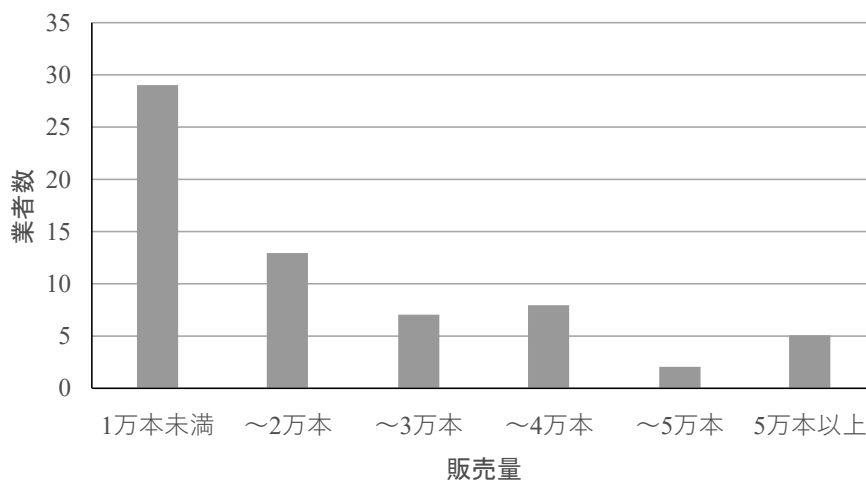


図2-1-5 温州みかんにおける年間種苗販売量<sup>※</sup>別の業者数  
(※平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量)

② 温州みかん以外のかんきつ

1 業者あたりの年間販売量は、平均値で17, 201本、中央値で13, 500本と、温州みかんと同程度であった(表 2-1-5)。販売量別の業者数(図 2-1-6)も温州みかんと同様な傾向であり、5万本以上の業者も全体の6. 3%にあたる4社存在した。この4社はすべて福岡県に所在しているが、温州みかんも 5 万本以上販売している業者はうち1社のみである。地域による違いも温州みかんと同様な傾向であるが、近畿・中国・四国における販売量は温州みかんに比べて少ない(表 2-1-5)。

販売種苗の生産手段も温州みかんと同様な傾向である(表 2-1-5)。

表2-1-5 各業者における温州みかん以外のかんきつの年間種苗販売量及び主な生産手段

地域	販売量 <sup>※1</sup> (本)					主な生産手段別の比率			
	回答業者数	平均値	最大値	中央値	最小値	回答業者数	自社生産	委託生産	購入
東北	1	500	—	—	—	1	0.0%	0.0%	100.0%
関東・東海・北陸	16	11,396	40,000	8,000	40	22	40.9%	27.3%	31.8%
近畿・中国・四国	6	4,217	14,000	1,150	500	10	50.0%	10.0%	40.0%
九州	39	21,327	64,000	20,000	50	35	85.7%	8.6%	5.7%
全体 <sup>※2</sup>	64	17,201	64,000	13,500	40	74	60.8%	13.5%	20.3%

※1 平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量 ※2 所在地未記入の業者を含む

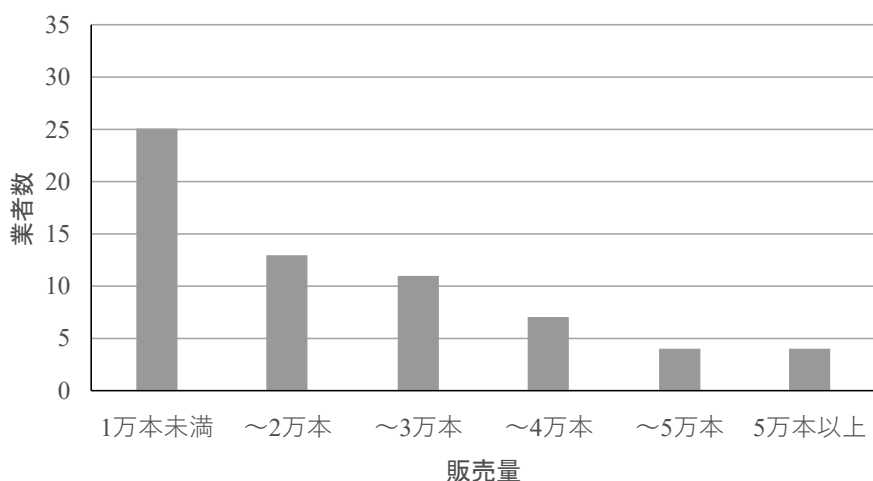


図2-1-6 温州みかん以外のかんきつにおける年間種苗販売量<sup>※</sup>別の業者数  
(※平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量)

### ③ りんご

1業者あたりの年間販売量は、平均値で9,753本、中央値で1,000本であった(表2-1-6)。販売量別の業者数(図2-1-7)を見ると、2千本未満の業者が最も多く、回答業者の58.5%にあたる24社であった。販売量が多いほど該当する業者数は減少する傾向にあったが、1万本以上の業者も全体の24.4%にあたる10社存在した。この10社は、青森県、山形県、福島県、茨城県及び長野県に所在しているが、うち2社は5万本以上と特に多かった。地域別に見ると、販売業者数は関東・東海・北陸に多いが、1業者あたりの販売量は東北で特に多い(表2-1-6)。

販売種苗の生産手段を見ると、東北では全量自社で生産している一方、九州では7割を、関東・東海・北陸及び近畿・中国・四国は約4割を購入している(表2-1-6)。

表2-1-6 各業者におけるりんごの年間種苗販売量及び主な生産手段

地域	販売量 <sup>※1</sup> (本)					主な生産手段別の比率			
	回答業者数	平均値	最大値	中央値	最小値	回答業者数	自社生産	委託生産	購入
東北	7	30,929	120,000	15,000	2,500	7	100.0%	0.0%	0.0%
関東・東海・北陸	19	9,218	60,000	2,000	30	20	45.0%	15.0%	40.0%
近畿・中国・四国	3	371	1,000	100	14	7	57.1%	0.0%	42.9%
九州	11	556	1,400	500	50	10	20.0%	10.0%	70.0%
全体 <sup>※2</sup>	41	9,753	120,000	1,000	14	53	41.5%	7.5%	35.8%

※1 平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量 ※2 所在地未記入の業者を含む

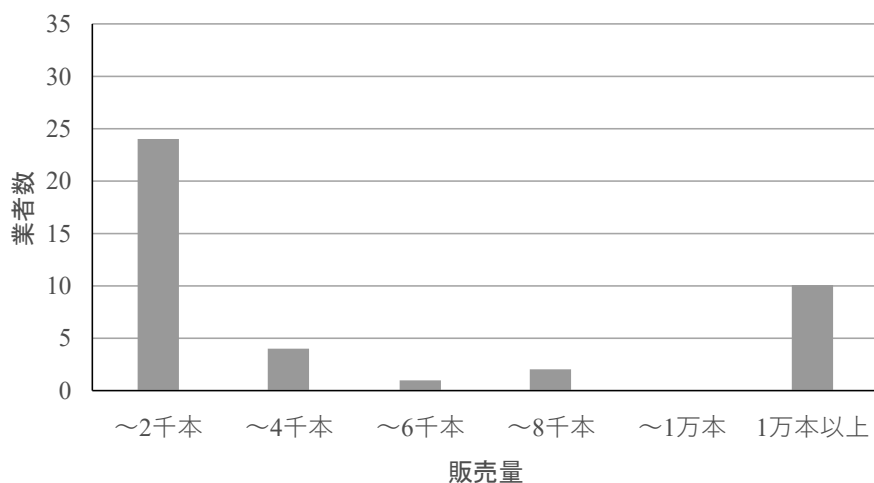


図2-1-7 りんごにおける年間種苗販売量<sup>※</sup>別の業者数  
(※平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量)



④ ぶどう(生食用、生食・醸造兼用)

1業者あたりの年間販売量は、平均値で6,029本、中央値で2,000本であった(表2-1-7)。販売量別の業者数(図2-1-8)を見ると、2千本未満の業者が最も多く、回答業者の45.1%にあたる23社であった。販売量が多いほど該当する業者数は減少する傾向にあったが、1万本以上の業者も全体の21.6%にあたる11社存在した。この11社は、山形県、茨城県、山梨県及び福岡県に所在しているが、うち1社は6万本と特に多かった。地域別に見ると、販売業者数は関東・東海・北陸、次いで九州に多いが、1業者あたりの販売量は東北で特に多い(表2-1-7)。

販売種苗の生産手段を見ると、東北及び関東・東海・北陸では5割以上を自社で生産している一方、近畿・中国・四国及び九州では5割以上を購入している(表2-1-7)。

表2-1-7 各業者におけるぶどう(生食用、生食・醸造兼用)の年間種苗販売量及び主な生産手段

地域	販売量 <sup>※1</sup> (本)					主な生産手段別の比率			
	回答業者数	平均値	最大値	中央値	最小値	回答業者数	自社生産	委託生産	購入
東北	9	16,244	60,000	12,000	500	9	66.7%	0.0%	33.3%
関東・東海・北陸	23	5,204	25,000	3,000	40	27	57.1%	10.7%	32.1%
近畿・中国・四国	3	2,887	8,000	350	310	7	28.6%	14.3%	57.1%
九州	14	1,951	10,000	900	50	18	33.3%	11.1%	55.6%
全体 <sup>※2</sup>	51	6,029	60,000	2,000	40	68	45.6%	10.3%	38.2%

※1 平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量 ※2 所在地未記入の業者を含む

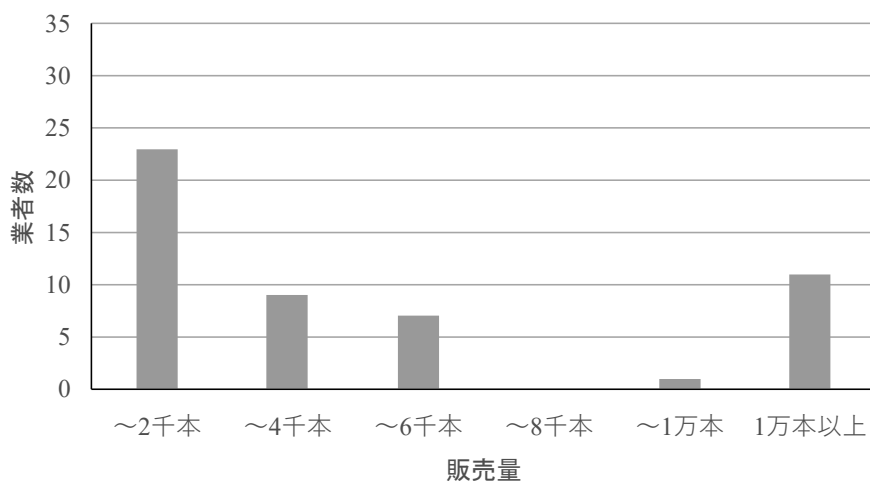


図2-1-8 ぶどう(生食用、生食・醸造兼用)における年間種苗販売量別の業者数  
(※平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量)

⑤ ぶどう(醸造専用)

1業者あたりの年間販売量は、ぶどう(生食用、生食・醸造兼用)に比べて多く、平均値で20,365本、中央値で20,000本であった(表 2-1-8)。販売業者数は10社と少なく、1社を除いて東北(すべて山形県)及び関東・東海・北陸(茨城県、山梨県、長野県)に所在している(表 2-1-8)。

販売種苗の生産手段を見ると、東北では全量、関東・東海・北陸では7割を自社で生産している一方、他の地域ではすべて委託生産又は購入により調達している(表 2-1-8)。

醸造専用ぶどうについては、ぶどう専門の業者を中心に限られた数の種苗業者が大量に生産・販売しているものと推察される。特に、山形県が生産の中心となっている。山形苗木組合によれば、組合員だけで全国の約7割のぶどう苗木を生産しており、そのうち約7割が醸造用ぶどうとのことである。

表2-1-8 各業者におけるぶどう(醸造専用)の年間種苗販売量及び主な生産手段

地域	販売量 <sup>※1</sup> (本)					主な生産手段別の比率			
	回答業者数	平均値	最大値	中央値	最小値	回答業者数	自社生産	委託生産	購入
東北	4	29,625	70,000	20,000	8,500	4	100.0%	0.0%	0.0%
関東・東海・北陸	5	16,630	35,000	20,000	150	7	71.4%	0.0%	28.6%
近畿・中国・四国	1	2,000	—	—	—	2	0.0%	100.0%	0.0%
九州	0	—	—	—	—	2	0.0%	50.0%	50.0%
全体 <sup>※2</sup>	10	20,365	70,000	20,000	150	17	52.9%	17.6%	17.6%

※1 平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量 ※2 所在地未記入の業者を含む

⑥ 日本なし

1業者あたりの年間販売量は、平均値で3,090本、中央値で2,000本であった(表2-1-9)。地域別に見ると、販売業者は関東・東海・北陸、次いで九州に多いが、1業者あたりの販売量は両地域で少ない(表2-1-9)。

販売種苗における自社生産の比率は、東北では8割と高いが、他の地域は4～6割程度である(表2-1-9)。

表2-1-9 各業者における日本なしの年間種苗販売量及び主な生産手段

地域	販売量 <sup>※1</sup> (本)					主な生産手段別の比率			
	回答業者数	平均値	最大値	中央値	最小値	回答業者数	自社生産	委託生産	購入
東北	4	6,150	15,000	4,750	100	5	80.0%	0.0%	20.0%
関東・東海・北陸	17	2,584	10,000	1,350	200	21	47.6%	23.8%	28.6%
近畿・中国・四国	3	4,427	10,600	2,500	180	8	37.5%	25.0%	37.5%
九州	13	2,593	7,000	2,000	50	14	57.1%	21.4%	21.4%
全体 <sup>※2</sup>	39	3,090	15,000	2,000	50	55	49.1%	18.2%	23.6%

※1 平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量 ※2 所在地未記入の業者を含む

⑦ 西洋なし

1業者あたりの年間販売量は、平均値で506本、中央値で225本と他の樹種に比べて少なかった(表2-1-10)。地域別に見ると、販売業者は関東・東海・北陸、次いで九州に多いが、1業者あたりの販売量は東北で多い(表2-1-10)。

販売種苗における自社生産の比率は、関東・東海・北陸で43.8%とやや低く、他の地域は6～7割程度である(表2-1-10)。

表2-1-10 各業者における西洋なしの年間種苗販売量及び主な生産手段

地域	販売量 <sup>※1</sup> (本)					主な生産手段別の比率			
	回答業者数	平均値	最大値	中央値	最小値	回答業者数	自社生産	委託生産	購入
東北	5	1,390	4,000	500	200	6	66.7%	0.0%	33.3%
関東・東海・北陸	12	386	1,500	175	15	16	43.8%	12.5%	43.8%
近畿・中国・四国	1	300	—	—	—	5	60.0%	20.0%	20.0%
九州	9	221	500	200	50	10	70.0%	10.0%	20.0%
全体 <sup>※2</sup>	28	506	4,000	225	15	40	55.0%	10.0%	30.0%

※1 平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量 ※2 所在地未記入の業者を含む

⑧ もも

1業者あたりの年間販売量は、平均値で5,751本、中央値で2,000本であった(表2-1-11)。販売量別の業者数(図2-1-9)を見ると、2千本未満の業者が最も多く、回答業者の47.2%にあたる25社であった。販売量が多いほど該当する業者数は減少する傾向にあったが、1万本以上の業者も全体の17.0%にあたる9社存在した。この9社は、山形県、福島県、茨城県、山梨県及び長野県に所在している。地域別に見ると、販売業者数は、九州、次いで関東・東海・北陸が多い。一方、1業者あたりの販売量は、東北、次いで関東・東海・北陸、近畿・中国・四国が多い(表2-1-11)。

販売種苗における自社生産の比率は、5割～7割である(表2-1-11)。

表2-1-11 各業者におけるももの年間種苗販売量及び主な生産手段

地域	販売量 <sup>※1</sup> (本)					主な生産手段別の比率			
	回答業者数	平均値	最大値	中央値	最小値	回答業者数	自社生産	委託生産	購入
東北	4	15,050	30,000	14,500	1,200	6	66.7%	0.0%	33.3%
関東・東海・北陸	20	8,741	95,000	2,800	100	23	56.5%	30.4%	13.0%
近畿・中国・四国	4	6,438	10,000	7,850	50	9	66.7%	0.0%	33.3%
九州	23	1,371	3,700	1,000	50	22	68.2%	9.1%	22.7%
全体 <sup>※2</sup>	53	5,751	95,000	2,000	50	68	55.9%	14.7%	20.6%

※1 平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量 ※2 所在地未記入の業者を含む

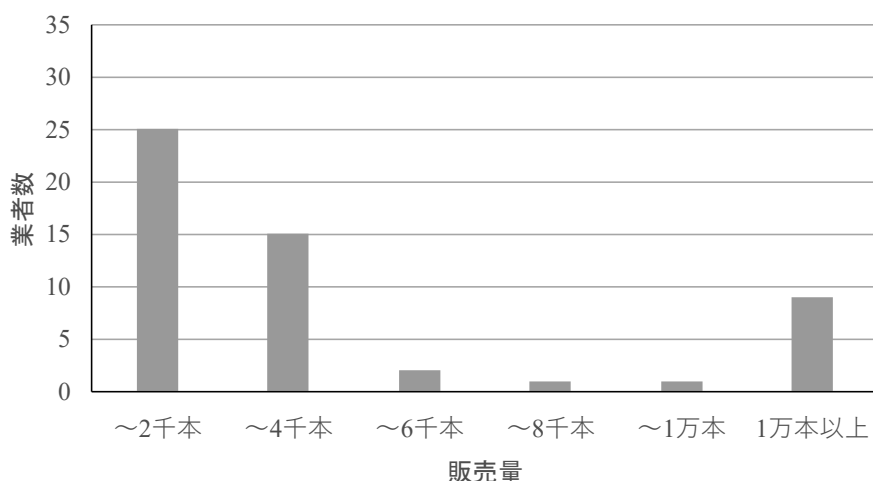


図2-1-9 ももにおける年間種苗販売量<sup>※</sup>別の業者数  
(※平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量)

⑨ うめ

1業者あたりの年間販売量は、平均値で2,115本、中央値で1,200本であった(表2-1-12)。販売量別の業者数(図2-1-10)を見ると、2千本未満の業者が最も多く、回答業者の58.0%にあたる29社であった。販売量が多いほど該当する業者数は減少する傾向にあったが、1万本以上の業者も全体の4.0%にあたる2社存在した。この2社は、両社とも茨城県に所在している。地域別に見ると、販売業者数は、九州、次いで関東・東海・北陸が多い。一方、1業者あたりの販売量は、関東・東海・北陸が多い(表2-1-12)。

販売種苗における自社生産の比率は、近畿・中国・四国及び九州では5割を超えているが、関東・東海・北陸は3割以下と低い(表2-1-12)。

表2-1-12 各業者におけるうめの年間種苗販売量及び主な生産手段

地域	販売量 <sup>※1</sup> (本)					主な生産手段別の比率			
	回答業者数	平均値	最大値	中央値	最小値	回答業者数	自社生産	委託生産	購入
東北	4	500	1,000	375	250	5	40.0%	20.0%	40.0%
関東・東海・北陸	18	3,311	20,000	1,500	100	22	27.3%	50.0%	22.7%
近畿・中国・四国	3	2,373	6,100	1,000	20	8	62.5%	12.5%	25.0%
九州	23	1,445	3,000	1,500	150	21	76.2%	9.5%	14.3%
全体 <sup>※2</sup>	50	2,115	20,000	1,200	20	64	45.3%	25.0%	20.3%

※1 平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量 ※2 所在地未記入の業者を含む

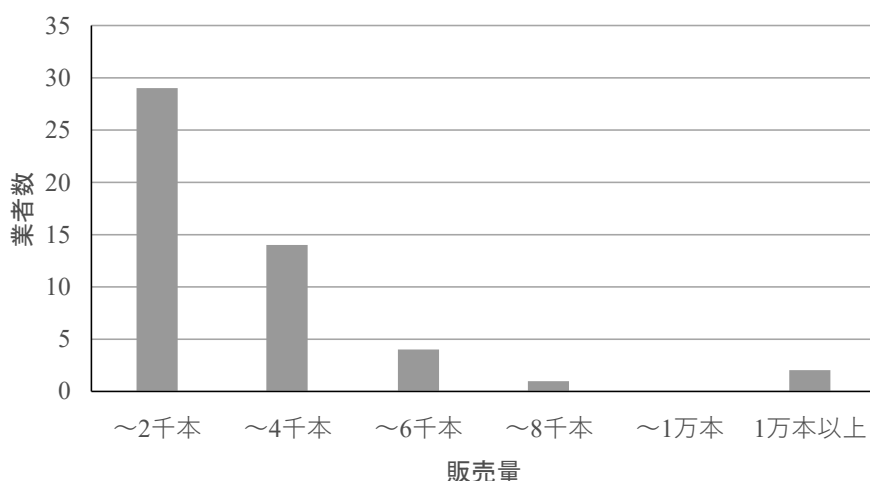


図2-1-10 うめにおける年間種苗販売量<sup>※</sup>別の業者数  
(※平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量)

⑩ すもも

1業者あたりの年間販売量は、平均値で2,355本、中央値で1,000本であった(表2-1-13)。販売量別の業者数(図2-1-11)を見ると、2千本未満の業者が最も多く、回答業者の71.7%にあたる33社であった。販売量が多いほど該当する業者数は減少する傾向にあったが、1万本以上の業者も全体の4.3%にあたる2社存在した。この2社は茨城県に所在し、両者はうめの販売量も1万本を超えている。地域別に見ると、販売業者数は、九州、次いで関東・東海・北陸が多い。一方、1業者あたりの販売量は、関東・東海・北陸が多い(表2-1-13)。

販売種苗における自社生産の比率は、東北及び九州で8割と高く、関東・東海・北陸及び近畿・中国・四国は5割～6割である(表2-1-13)。

表2-1-13 各業者におけるすももの年間種苗販売量及び主な生産手段

地域	販売量 <sup>※1</sup> (本)					主な生産手段別の比率			
	回答業者数	平均値	最大値	中央値	最小値	回答業者数	自社生産	委託生産	購入
東北	2	1,100	1,500	—	700	5	80.0%	0.0%	20.0%
関東・東海・北陸	19	4,277	40,000	1,000	10	22	54.5%	18.2%	27.3%
近畿・中国・四国	3	1,043	2,000	1,100	30	7	57.1%	0.0%	42.9%
九州	21	891	2,631	1,000	50	20	80.0%	5.0%	15.0%
全体 <sup>※2</sup>	46	2,355	40,000	1,000	10	62	59.7%	8.1%	21.0%

※1 平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量 ※2 所在地未記入の業者を含む

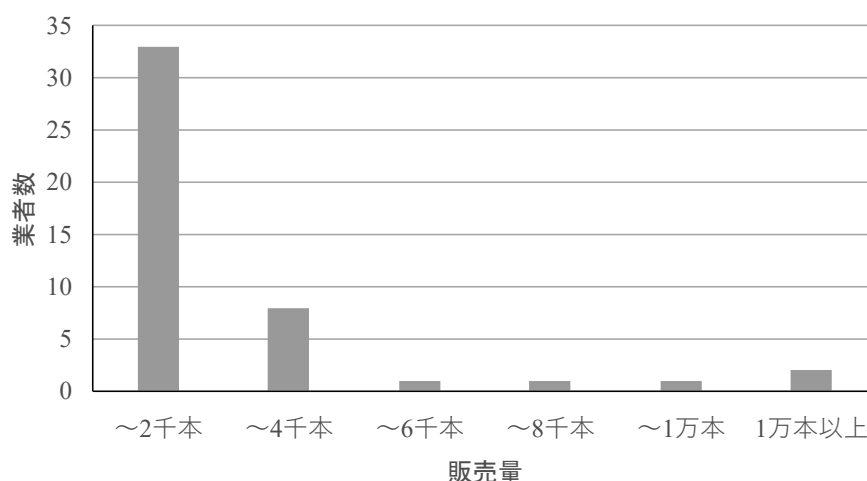


図2-1-11 すももにおける年間種苗販売量<sup>※</sup>別の業者数  
(※平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量)

⑪ かき

1業者あたりの年間販売量は、平均値で4,854本、中央値で2,500本であった(表2-1-14)。販売量別の業者数(図2-1-12)を見ると、2千本未満の業者が最も多く、回答業者の42.3%にあたる22社であった。販売量が多いほど該当する業者数は減少する傾向にあったが、1万本以上の業者も全体の13.5%にあたる7社存在した。この7社のうち、4社は茨城県、2社は福岡県、1社は岡山県に所在している。地域別に見ると、販売業者数は、九州、次いで関東・東海・北陸で多い。一方、1業者あたりの販売量は、関東・東海・北陸及び近畿・中国・四国で多い(表2-1-14)。

販売種苗における自社生産の比率は、九州で7割と高く、関東・東海・北陸及び近畿・中国・四国はおおむね5割である(表2-1-14)。

表2-1-14 各業者におけるかきの年間種苗販売量及び主な生産手段

地域	販売量 <sup>※1</sup> (本)					主な生産手段別の比率			
	回答業者数	平均値	最大値	中央値	最小値	回答業者数	自社生産	委託生産	購入
東北	2	4,400	8,000	—	800	5	0.0%	40.0%	60.0%
関東・東海・北陸	21	6,232	35,000	2,000	80	23	43.5%	39.1%	17.4%
近畿・中国・四国	4	6,638	10,000	6,500	3,550	9	55.6%	22.2%	22.2%
九州	23	3,357	15,000	2,000	200	24	70.8%	12.5%	16.7%
全体 <sup>※2</sup>	52	4,854	35,000	2,500	80	71	47.9%	22.5%	18.3%

※1 平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量 ※2 所在地未記入の業者を含む

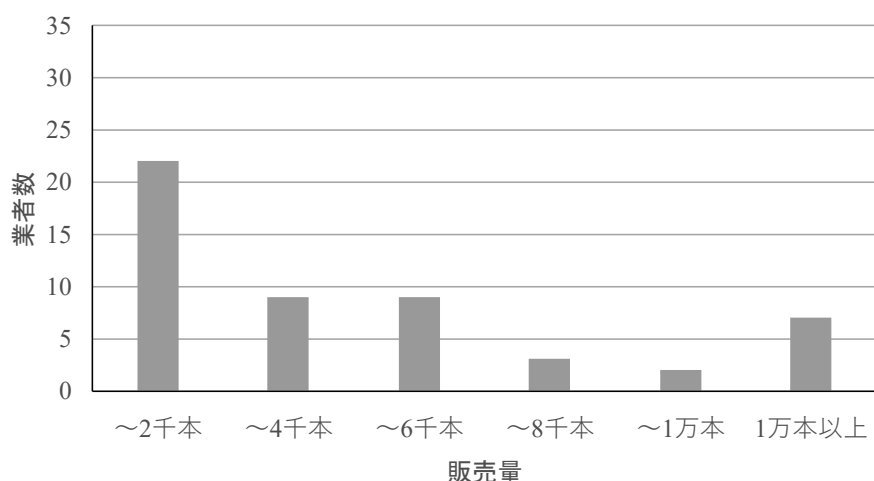


図2-1-12 かきにおける年間種苗販売量<sup>※</sup>別の業者数  
(※平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量)

⑫ おうとう

1業者あたりの年間販売量は、平均値で2,434本、中央値で1,000本であった(表2-1-15)。地域別に見ると、販売業者は、関東・東海・北陸、次いで九州に多い。一方、1業者あたりの販売量は、東北及び関東・東海・北陸で多い(表2-1-15)。

販売種苗における自社生産の比率は、東北では8割以上と高いが、その他の地域は5割未満である(表2-1-15)。

表2-1-15 各業者におけるおうとうの年間種苗販売量及び主な生産手段

地域	販売量 <sup>※1</sup> (本)					主な生産手段別の比率			
	回答業者数	平均値	最大値	中央値	最小値	回答業者数	自社生産	委託生産	購入
東北	4	3,275	5,600	3,500	500	6	83.3%	0.0%	16.7%
関東・東海・北陸	15	3,625	20,000	1,000	25	19	36.8%	21.1%	42.1%
近畿・中国・四国	2	515	1,000	—	30	4	25.0%	0.0%	75.0%
九州	11	983	3,838	1,000	50	12	41.7%	16.7%	41.7%
全体 <sup>※2</sup>	33	2,434	20,000	1,000	25	49	38.8%	12.2%	34.7%

※1 平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量 ※2 所在地未記入の業者を含む

⑬ キウイフルーツ

1業者あたりの年間販売量は、平均値で2,644本、中央値で1,000本であった(表2-1-16)。販売量別の業者数(図2-1-13)を見ると、2千本未満の業者が最も多く、回答業者の57.1%にあたる24社であった。販売量が多いほど該当する業者数は減少する傾向にあったが、1万本以上の業者も全体の9.5%にあたる4社存在した。この4社のうち、2社は福岡県、残りの2社は茨城県と愛知県に所在している。地域別に見ると、販売業者数、1業者あたりの販売量ともに、九州、次いで関東・東海・北陸で多い(表2-1-16)。

販売種苗における自社生産の比率は、すべての地域で5割を切っており、委託生産又は購入による調達が主体となっている(表2-1-16)。



表2-1-16 各業者におけるキウイフルーツの年間種苗販売量及び主な生産手段

地域	販売量 <sup>※1</sup> (本)					主な生産手段別の比率			
	回答業者数	平均値	最大値	中央値	最小値	回答業者数	自社生産	委託生産	購入
東北	2	700	800	—	600	4	0.0%	0.0%	100.0%
関東・東海・北陸	16	2,250	10,000	800	30	20	25.0%	20.0%	55.0%
近畿・中国・四国	3	893	1,660	1,000	20	7	42.9%	0.0%	57.1%
九州	19	3,315	15,000	3,000	200	21	42.9%	28.6%	28.6%
全体 <sup>※2</sup>	42	2,644	15,000	1,000	20	57	31.6%	19.3%	43.9%

※1 平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量 ※2 所在地未記入の業者を含む

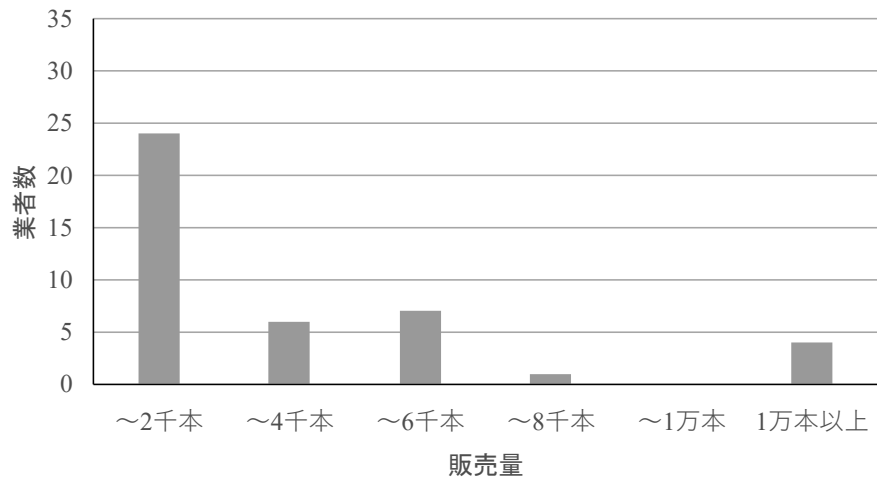


図2-1-13 キウイフルーツにおける年間種苗販売量<sup>※</sup>別の業者数  
(※平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量)

⑭ くり

1業者あたりの年間販売量は、平均値で4,928本、中央値で3,000本であった(表2-1-17)。販売量別の業者数(図2-1-14)を見ると、2千本未満の業者が最も多く、回答業者の38.5%にあたる20社であった。販売量が多いほど該当する業者数は減少する傾向にあったが、1万本以上の業者も全体の13.5%にあたる7社存在した。この7社のうち、5社は茨城県に所在している。地域別に見ると、販売業者数、1業者あたりの販売量ともに、関東・東海・北陸及び九州で多い(表2-1-17)。

販売種苗における自社生産の比率は、九州では7割以上であるが、他の地域は4割を切っており、委託生産又は購入による調達が主体となっている(表2-1-17)。

表2-1-17 各業者におけるくりの年間種苗販売量及び主な生産手段

地域	販売量 <sup>※1</sup> (本)					主な生産手段別の比率			
	回答業者数	平均値	最大値	中央値	最小値	回答業者数	自社生産	委託生産	購入
東北	2	700	800	—	600	4	0.0%	0.0%	100.0%
関東・東海・北陸	21	6,692	30,000	3,000	37	23	34.8%	21.7%	43.5%
近畿・中国・四国	3	980	2,000	800	140	7	28.6%	28.6%	42.9%
九州	24	4,265	22,450	3,000	250	23	73.9%	17.4%	8.7%
全体 <sup>※2</sup>	52	4,928	30,000	3,000	37	68	41.2%	16.2%	27.9%

※1 平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量 ※2 所在地未記入の業者を含む

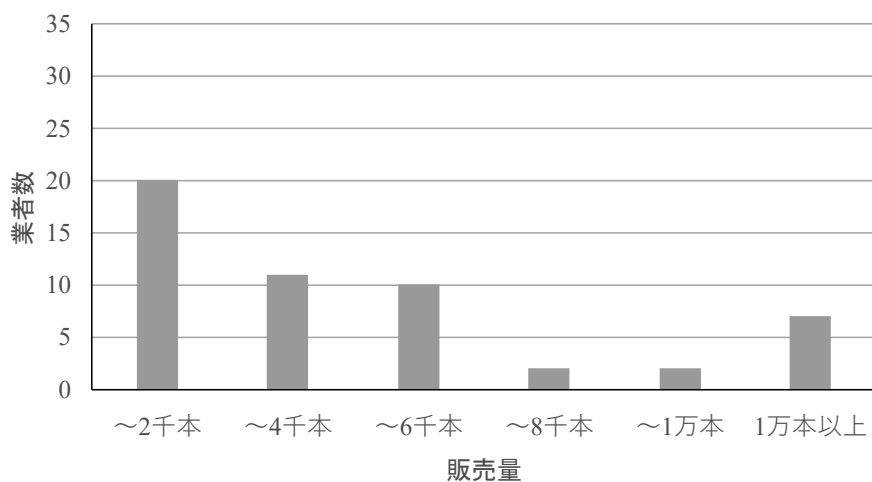


図2-1-14 くりにおける年間種苗販売量<sup>※</sup>別の業者数  
(※平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量)

⑮ びわ

1業者あたりの年間販売量は、平均値で1,843本、中央値で500本であった(表 2-1-18)。地域別に見ると、販売業者数、1業者あたりの販売量ともに、九州、次いで関東・東海・北陸が多い(表 2-1-18)。

販売種苗における自社生産の比率は、すべての地域で4割未満であり、購入が主たる調達手段となっている(表 2-1-18)。

表2-1-18 各業者におけるびわの年間種苗販売量及び主な生産手段

地域	販売量 <sup>※1</sup> (本)					主な生産手段別の比率			
	回答業者数	平均値	最大値	中央値	最小値	回答業者数	自社生産	委託生産	購入
東北	1	100	—	—	—	1	0.0%	0.0%	100.0%
関東・東海・北陸	7	821	2,000	550	100	12	33.3%	8.3%	58.3%
近畿・中国・四国	3	90	150	90	30	6	16.7%	16.7%	66.7%
九州	15	2,809	15,000	500	20	15	33.3%	6.7%	60.0%
全体 <sup>※2</sup>	27	1,843	15,000	500	20	39	28.2%	7.7%	53.8%

※1 平成29年8月1日～平成30年7月31日の1年間における販売量 ※2 所在地未記入の業者を含む

#### (4) 受託生産の状況

種苗の生産・販売において受託生産が占める比率は、平均値で23%であるが、業者による違いが大きい(表 2-1-19)。同比率別の業者数を見ると、回答業者の57.1%にあたる48業者が20%未満である(図 2-1-15)。

表2-1-19 種苗の生産・販売における受託生産の比率

回答業者数	平均値	最大値	中央値	最小値
84	23%	100%	10%	0%

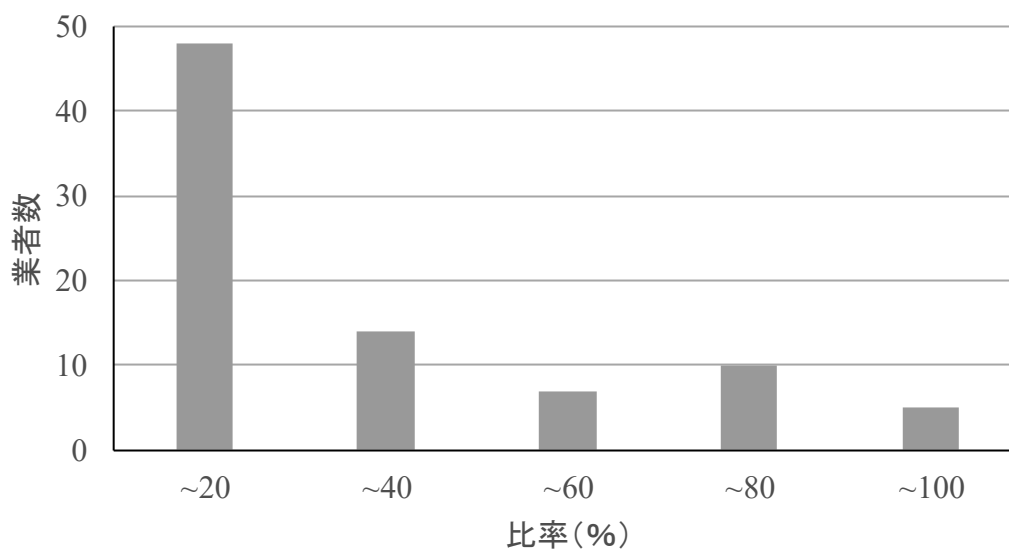


図2-1-15 種苗の生産・販売における受託生産の比率別の業者数

受託生産の比率が大きな樹種としては、かんきつ(温州みかん、温州みかん以外のかんきつ)を挙げた業者が最も多く28社、次いでぶどう(生食用、生食・醸造兼用、醸造専用)を7社、りんごとかきをそれぞれ6社が挙げている(表 2-1-20)。これらの樹種について、受託生産を行っている業者の多い県を見ると、かんきつは福岡県と愛知県、ぶどうは山形県、りんごは長野県と青森県、かきは福岡県となっており、各樹種ともそれぞれの主産地と一致する(表 2-1-20)。

表2-1-20 主な樹種において「受託生産の比率が大きい」と回答した種苗業者の数及び主な所在県

樹種	業者数	業者の主な所在県
かんきつ	28	福岡、愛知
ぶどう	7	山形
りんご	6	長野、青森
かき	6	福岡

注:回答業者の総数は84社

#### (5)生産圃場の状況

各業者が種苗生産に使用している総圃場面積は、平均値で277a、中央値で150aである(表 2-1-21)。本面積は、0a(販売するすべての種苗を委託生産又は購入で調達)～50haとばらつきが大きいいため、本面積別の業者数を図 2-1-16 に示した。回答業者の60.3%にあたる73社の生産圃場は2ha未満であり、圃場面積が大きいほど該当業者は減少する傾向にあるが、全体の5.0%にあたる6社は10ha以上の広い圃場を有している。地域別に見ると、東北及び関東・東海・北陸に所在する業者で圃場面積が広い(表 2-1-21)。前述した10haを超える圃場を使用している6社は、すべてこれらの地域に所在している。

生産圃場のうち業者自らが所有する自社圃場の比率を見ると、20%未満と借地圃場が主体の業者が回答業者の17.2%にあたる22社ある一方、80%以上と自社圃場が主体の業者も全体の24.1%にあたる28社存在するが(図 2-1-17)、最も業者数が

表2-1-21 各業者における種苗生産用圃場の状況

	総圃場面積 (a)					自社圃場比率			
	回答業者数	平均値	最大値	中央値	最小値	平均値	最大値	中央値	最小値
東北	15	475	1,800	250	40	66%	100%	71%	0%
関東・東海・北陸	42	403	5,000	150	0	60%	100%	57%	0%
近畿・中国・四国	15	107	400	50	0	42%	100%	43%	0%
九州	45	164	739	158	0	45%	100%	50%	0%
全体*	121	277	5,000	150	0	52%	100%	50%	0%

\* 所在地未記入の業者を含む

多い自社圃場比率は40%～60%であり、全体の29.3%にあたる34社となっている  
(図2-1-17)。

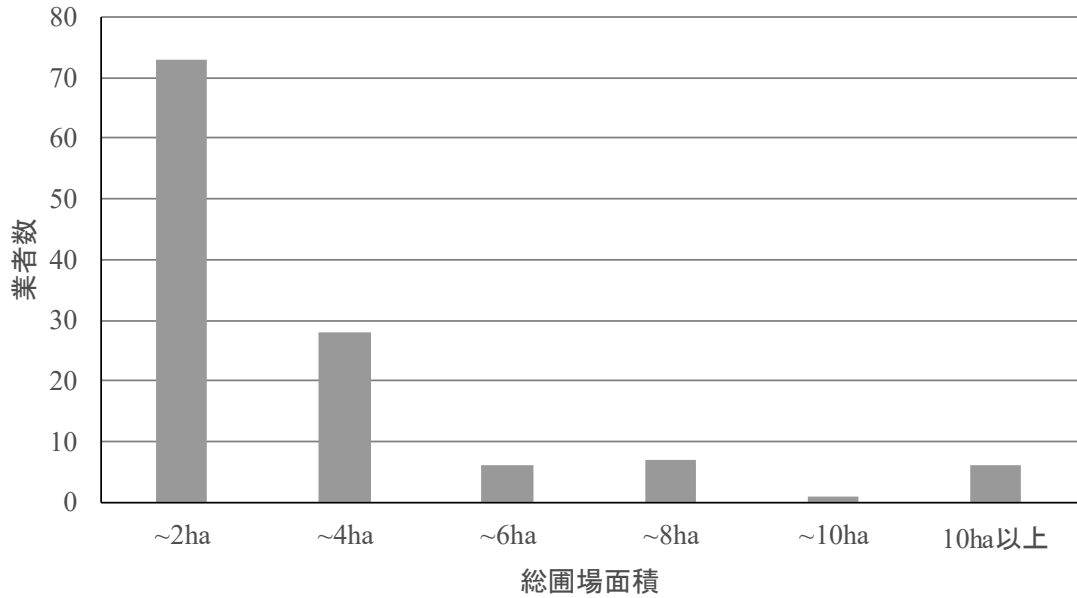


図2-1-16 種苗生産用圃場の総面積別の業者数

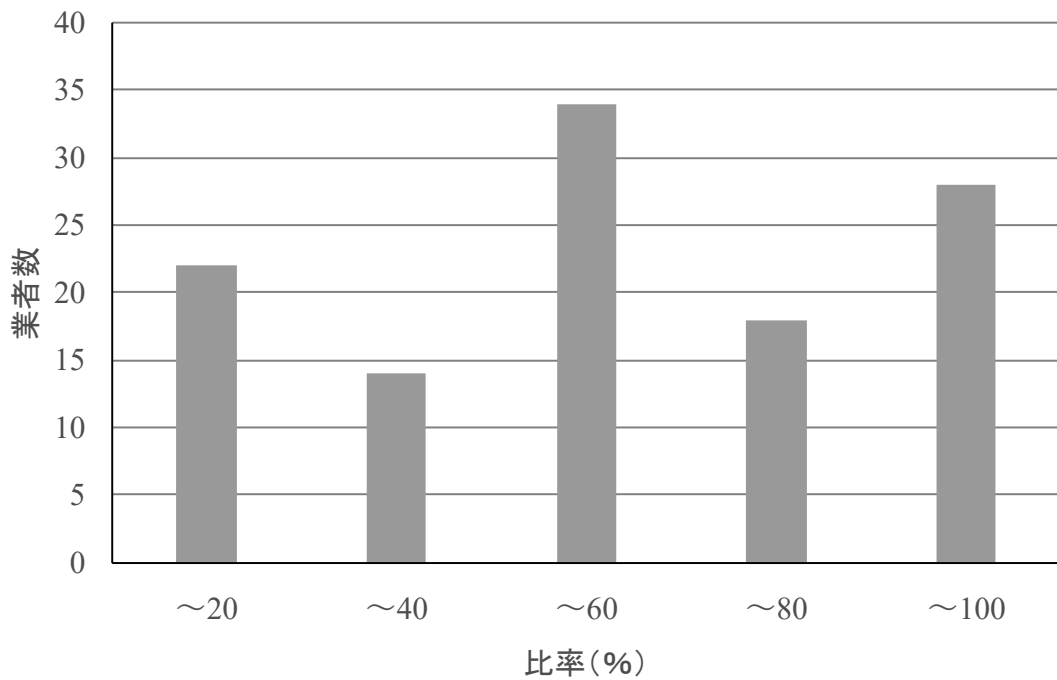


図2-1-17 自社圃場比率別の業者数

生産圃場について、今後の増減に関する意向を尋ねたところ、自社圃場、借地圃場ともに7割以上の業者が「現状維持」との回答であった(図 2-1-18、図 2-1-19)。地域別に見ても同様な傾向であるが、東北は「増やしたい」と回答した業者の比率が他の地域よりも高かった(図 2-1-18、図 2-1-19)。

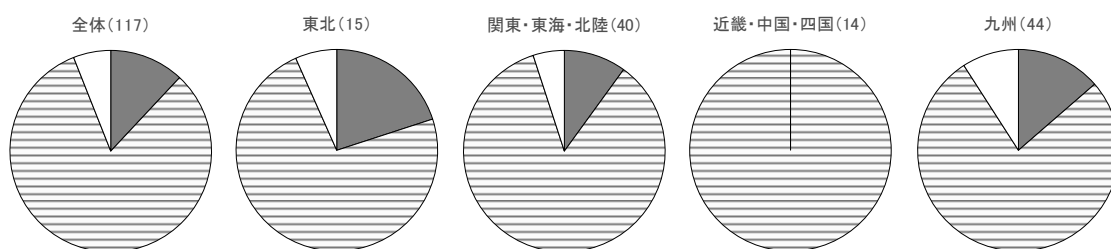


図2-1-18 種苗生産用圃場の増減意向別の業者比率(自社圃場)  
注: 地域名の後ろの括弧内の数値は回答業者数(全体は所在地未記入の業者を含む)  
(■ 増やしたい、□ 現状維持、□ 減らしたい)

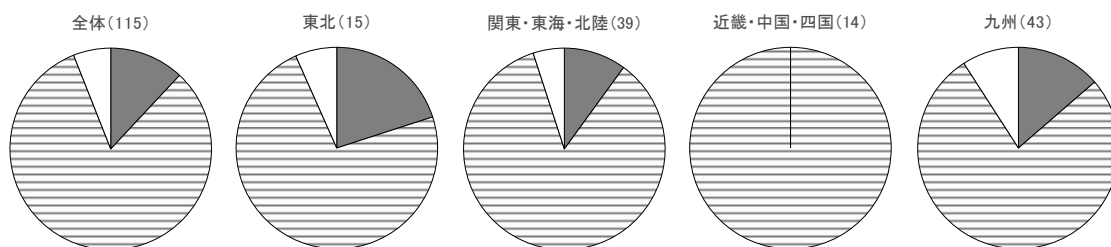


図2-1-19 種苗生産用圃場の増減意向別の業者比率(借地圃場)  
注: 地域名の後ろの括弧内の数値は回答業者数(全体は所在地未記入の業者を含む)  
(■ 増やしたい、□ 現状維持、□ 減らしたい)

## (6) 労力の確保状況

回答業者全体における、1業者あたりの常勤職員は平均値で5.0人、うち家族は

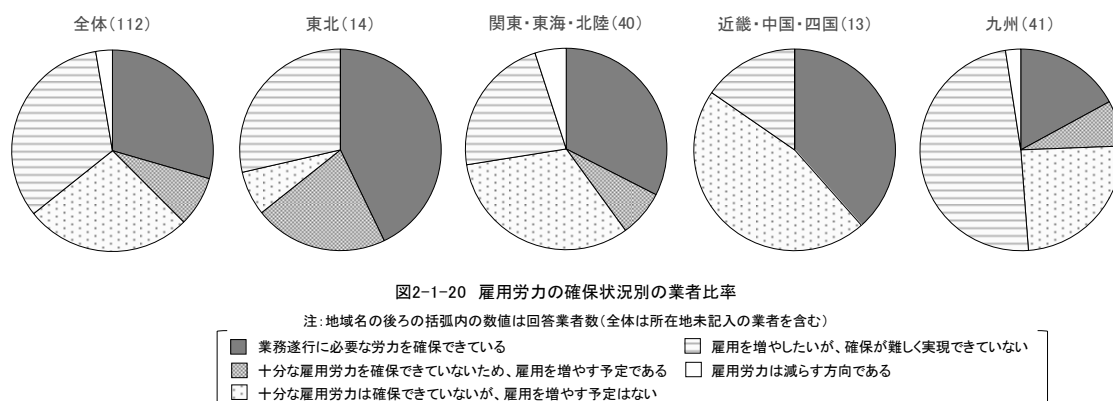
表2-1-22 各業者における雇用社員数(平均値)

	回答業者数	常勤(人)	うち家族(人)	非常勤(人)
東北	15	7.3	2.7	5.0
関東・東海・北陸	42	5.5	2.3	2.7
近畿・中国・四国	14	3.7	2.1	3.2
九州	42	4.1	2.5	4.4
全体※	117	5.0	2.4	3.7

※ 所在地未記入の業者を含む

2.4人、非常勤職員は3.7人である(表 2-1-22)。地域別に見ると、東北及び関東・東海・北陸において常勤職員が多い(表 2-1-22)。

雇用労力の確保状況について尋ねた結果を図 2-1-20 に示した。回答業者全体では、29.5%は必要な労力を確保しているが、8.0%は労力不足のため雇用を増やす予定、26.8%は労力は不足しているが雇用は増やさない、33.0%は雇用を増やしたいが困難と回答しており、多くの種苗業者で労力不足が問題となっている。労力の確保については、地域による違いがあり、東北では雇用を増やすという回答が21.4%と他地域よりも高い一方、九州では、雇用の確保が困難という回答が48.8%と他地域に比べて高い。山形苗木組合では、賃金を高めにするるとともに、社会保険や厚生年金にも加入できるようにすることで、比較的容易に労力を確保できるとしている。これに対し、福岡苗木農協では、労力は不足しているが、現在の経営状況では、周囲の職場よりも高い賃金を支給することはできず、労力の確保は難しいとしている。



### (7)小売り手法等

小売り手法(店頭販売のみ、通信販売のみ、店頭販売と通信販売の併用)別の業者数の比率を図 2-1-21 に示した。回答業者全体で見ると、「店頭販売のみ」が62.9%で最も多く、「通信販売のみ」は5.6%と少ない。地域別に見ると、東北は唯一「店頭販売のみ」が42.9%と5割を切っている一方、近畿・中国・四国では83.3%が「店頭販売のみ」となっている。

自社のホームページを開設している業者は、回答業者全体の21.6%と多くはないが、東北及び関東・東海・北陸における開設率は、それぞれ33.3%、25.6%と比較的高い(表 2-1-23)。



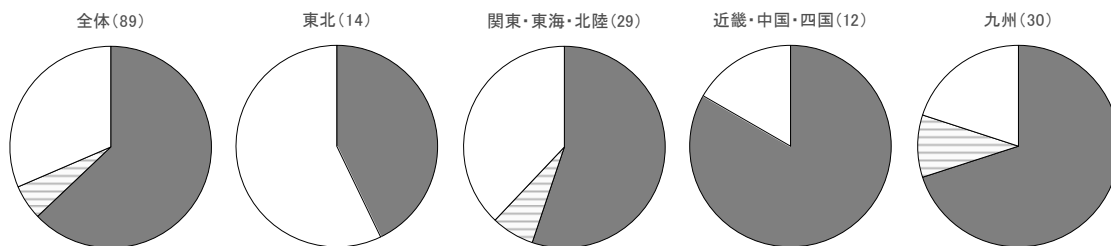


図2-1-21 果樹種苗の小売り手法別の業者比率  
 注：地域名の後ろの括弧内の数値は回答業者数（全体は所在地未記入の業者を含む）  
 （■ 店頭販売のみ、□ 通信販売のみ、▨ 店頭販売と通信販売の併用）

表2-1-23 自社ホームページを開設している業者の比率

	回答業者数	HP開設業者
東北	15	33.3%
関東・東海・北陸	39	25.6%
近畿・中国・四国	14	14.3%
九州	44	15.9%
全体※	116	21.6%

※ 所在地未記入の業者を含む

## 2) 果樹種苗の販売先

### (1) 販売先の業態

種苗の販売先を「農協」、「卸売業者（農協を除く）」、「ホームセンター」、「大手通信販売業者」、「小売業者（ホームセンター、大手通信販売業者を除く）」、「果樹生産者（生産法人を含む）」、「一般消費者（非生産者）」及び「その他」に区分し、各販売先への販売額が総販売額に占める比率を尋ね、販売先毎に本比率が最も高いと回答した業者の数を表 2-2-1 に示した。なお、販売額の比率がトップの販売先が同率で複数ある場合は、該当するすべての販売先において該当業者として集計した。

表2-2-1 主要販売先別の業者数

	回答業者数	主要販売先(販売額の比率がトップの販売先)(括弧内は回答業者数に対する比率)※									
		農協	卸売業者 (農協を除く)	ホームセンター	大手通信販売業者	小売事業者 (ホームセンター、大手通信販売事業者を除く)	果樹生産者 (生産法人を含む)	一般消費者 (非生産者)	その他		
東北	14	5 (35.7%)	4 (28.6%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	6 (42.9%)	1 (7.1%)	0 (0.0%)		
関東・東海・北陸	36	15 (41.7%)	11 (30.6%)	6 (16.7%)	1 (2.8%)	1 (2.8%)	6 (16.7%)	1 (2.8%)	1 (2.8%)		
近畿・中国・四国	13	4 (30.8%)	2 (15.4%)	2 (15.4%)	1 (7.7%)	1 (7.7%)	5 (38.5%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)		
九州	44	26 (59.1%)	12 (27.3%)	4 (9.1%)	0 (0.0%)	2 (4.5%)	7 (15.9%)	1 (2.3%)	0 (0.0%)		
全体	107	50 (46.7%)	29 (27.1%)	12 (11.2%)	2 (1.9%)	4 (3.7%)	24 (22.4%)	3 (2.8%)	1 (0.9%)		

※ 販売額の比率がトップの販売先が同率で複数ある場合は重複して集計、このため括弧内に記載した比率の合計は100%とまらない

回答業者の46.7%にあたる50社が「農協」、次いで27.1%にあたる29社が「卸売業者(農協を除く)」、22.4%にあたる24社が「果樹生産者(生産法人を含む)」を、それぞれ販売額の比率がトップの販売先としている。地域別に見ると、いずれの地域でも、これらの3つの販売先がトップ3となっているが、関東・東海・北陸及び近畿・中国・四国では、「ホームセンター」が、それぞれ「果樹生産者(生産法人を除く)」及び「卸売業者(農協を除く)」と同数で第3位となっている。

なお、福岡苗木農協では、果実の生産現場が台風等の被害を受け農協等による種苗購入が減少した際は、ホームセンターへの販売が経営を維持する上で重要であったとのことである。また、山形苗木組合では、農協及び果樹生産者への販売が主体であるが、今後はこれらへの販売が縮小することも想定し、卸売業者や大手通信販売業者も重視している。

## (2) 県外への販売

各業者における各樹種の総販売量に占める県外への販売量の比率及び主な販売先として回答のあった都道府県を表 2-2-2 に示した。

### ① 県外への販売を行っている業者の比率

各樹種について、販売量の回答があった業者(表 2-1-4~18 に係る回答業者)のうち、本項目に係る回答のあった業者は、おおむね6割~8割であり、過半の業者は県外へ販売を行っているものと推測される。本比率について樹種別に見ると、ぶどう(醸造専用)、おうとう及びびわにおける比率が約8割と高く、これらの樹種の種苗は特定の限られた県において集中的に生産・販売されている可能性が考えられる。

### ② 県外への販売比率

県外への販売比率は、いずれの樹種も業者による違いが大きいですが、総販売量の6割~8割が県外へ販売されているものと考えられる。

### ③ 県外への販売量

各業者について、各樹種における県外への販売比率と年間販売量(表 2-1-4~18 に係る回答)から県外販売量を推定した。推定に用いた両数値ともに業者による違いが大きいため、本推定量も大きくばらつくが、平均値及び中央値から見て、温州みかん、温州みかん以外のかんきつ、ぶどう(醸造用)における県外販売量が極めて多く、次いでりんご、ぶどう(生食用、生食・醸造兼用)で多いものと推測される。

表2-2-2 各種苗業者における県外への販売状況

樹種	回答業者数※1	県外販売比率(%)				県外販売量(本)※2				主な販売元の所在県※3	主な販売先
		平均値	最大値	中央値	最小値	平均値	最大値	中央値	最小値		
温州みかん	40	69.3	100	79	5	18,683	142,500	8,700	300	福岡、愛知	愛媛、熊本、静岡、和歌山
温州みかん以外のかんきつ	37	69.2	100	80	5	16,649	59,400	13,500	600	福岡、愛知	愛媛、静岡、和歌山、熊本
りんご	27	60.5	100	80	1	7,528	96,000	1,260	50	青森、茨城、福島、長野	青森、岩手、秋田、山形、長野
ぶどう (生食用、生食・醸造兼用)	37	62.5	100	70	1	5,328	42,000	1,900	1	山形、茨城、山梨	長野、岡山
ぶどう(醸造専用)	8	71.3	100	85	10	19,679	63,000	16,000	200	山形、山梨	北海道、長野
日本なし	33	57.5	100	60	1	2,023	7,500	1,800	3	福岡、茨城、福島	大分、埼玉
西洋なし	21	62.2	100	90	1	662	4,000	301	31	山形、茨城	長野、秋田
もも	33	56.6	100	70	2	2,768	9,450	1,810	14	茨城、福岡、山形、福島、長野	山梨、福島、山形、和歌山、愛媛
うめ	30	60.0	100	70	1	1,695	9,000	1,500	10	茨城、福岡	和歌山、愛媛
すもも	26	60.6	100	70	1	1,248	9,000	720	10	茨城、福岡	和歌山、愛媛
かき	34	61.5	100	70	2	3,519	18,000	2,200	26	茨城、福岡	愛媛、熊本、山口、埼玉
おうとう	26	63.4	100	80	1	1,279	6,300	900	10	茨城	山形、愛媛
キウイフルーツ	30	66.3	100	80	1	2,151	10,500	1,050	16	福岡	愛媛、大分、茨城
くり	33	63.3	100	70	1	2,117	4,500	1,850	40	福岡	熊本、愛媛
びわ	22	70.3	100	80	1	921	4,500	450	50	福岡	愛媛、茨城

※1「県外への販売を行っている」と回答した業者の数

※2 各業者における各樹種の総販売量と当該樹種の県外販売比率から推定

※3 **太字**は、県外への販売総量(各業者における県外販売量の合計)が最も多い県

### ③ 販売業者の所在地及び主な販売先

県外への販売を行っている業者が最も多く所在している県を見ると、かんきつ(温州みかん、温州みかん以外のかんきつ)、日本なし、キウイフルーツ、くり及びびわは福岡県、りんごは青森県、ぶどう(生食用、生食・醸造兼用、醸造専用)及び西洋なしは山形県、もも、うめ、すもも、かき、おうとうは茨城県となっている。我が国の果樹種苗供給における、これらの県の重要性がうかがえる。

一方、販売先となっている都道府県を見ると、おおむね各樹種の主産地が多いが、キウイフルーツ及びびわにおける茨城県など必ずしも主産地とは言えない地域への販売もある。これらは、販売先から、さらに主産地や小売り業者等に販売されているのかもしれない。

## 3 果樹種苗の生産・販売に係る動向及び課題

### 1) 果樹種苗の生産・販売動向

#### (1) 果樹種苗の販売動向

##### ① 販売量の動向

各業者における近年の種苗販売動向を図 3-1-1 及び図 3-1-2 に示した。図 3-1-1 は、各選択肢(「増加」、「横ばい」、「減少」、「不明」)を選択した業者数の比率を示したものである。ただし、回答業者における販売量には大きな違いがある。販売動向をより正確に捉えるには、販売量が多い業者の見方を重視することが適当と考えられる。そこで、各選択肢を選択した業者における販売量の総和が全回答業者における販売量の総和に占める比率を算出し、図 3-1-2 に示した。なお、種苗販売動向を回答した業者の中には販売量を回答していない業者もいるため、図 3-1-2 における回答業者数(樹種名の後ろの括弧内の数値)は図 3-1-1 における回答業者数(同)よりも少ない。

温州みかんと温州みかん以外のかんきつは、同様な傾向にあり、業者数比率、販売量比率のいずれで見ても、「横ばい」が最も多く約4割、「増加」と「減少」がそれぞれ約3割である。なお、温州みかん、温州みかん以外のかんきつ、両者とも、「増加」の割合は、業者数よりも販売量で見た方が高くなっていることから、販売量の多い業者ほど明るい見通しを持っているものと推察される。

りんごは、業者数比率と販売量比率では結果が大きく異なり、業者数で見ると、「減少」が53.2%と厳しい結果であるが、販売量で見ると、「横ばい」が76.4%と3/4を

越える一方、「減少」は7.3%にとどまる。このことは、「減少」と回答した業者の多くは販売量が少なく、「横ばい」と回答した業者の多くは販売量が多いことを示している。

ぶどう(生食用、生食・醸造兼用)も、業者数比率と販売量比率では結果が異なり、業者数では28.8%である「増加」が販売量で見ると44.4%となる。このことは、「増加」と回答した業者の多くは販売量が多いことを示している。

ぶどう(醸造専用)は、業者数比率と販売量比率で同様な結果となり、それぞれ「増加」が53.6%及び50.9%と、今回の調査対象樹種の中で唯一5割を越えている。近年の「日本ワイン」ブームを背景とする醸造用ぶどう種苗の需要増加を反映した結果と考えられる。

日本なしは、りんごと類似した結果となり、業者数では47.5%と最も比率の高い「減少」が販売量で見ると25.3%となり、反対に業者数では41.0%の「横ばい」が販売量では63.2%となる。日本なしでも、「減少」と回答した業者の多くは販売量が少なく、「横ばい」と回答した業者の多くは販売量が多いことを示している。

西洋なしは、業者数で55.1%と最も比率の高い「減少」が販売量で見ると16.2%となり、反対に業者数では2.0%及び34.7%の「増加」と「横ばい」が販売量では14.1%及び64.6%となる。また、ももは、業者数では43.2%で同率の「横ばい」と「減少」が、販売量で見ると、それぞれ60.9%と12.8%と大きな差が認められ、さらに業者数で9.5%の「増加」は販売量で見ると17.9%となる。西洋なし及びももでも、「減少」と回答した業者の多くは販売量が少なく、「増加」、「横ばい」と回答した業者の多くは販売量が多いことを示している。

うめ、すもも、かき、おうとう及びびわは、同様な傾向にあり、業者数で見ると、「減少」の比率が最も高く5割～6割を占め、次いで「横ばい」が3割～4割であるが、販売量で見ると、「横ばい」の比率が最も高く4割～6割を占め、次いで「減少」が2割～4割となる。いずれの樹種も、「減少」と回答した業者の多くは販売量が少なく、「横ばい」と回答した業者の多くは販売量が多いことを示している。なお、「増加」は、業者数、販売量いずれで見ても1割未満と他樹種に比べて少なく、厳しい見方をしている業者が多い。

キウイフルーツとくりは、業者数比率、販売量比率いずれでも「横ばい」が最も多く4割～6割を占める。一方、「減少」の占める比率は、業者数よりも販売量で見た場合に少なく、逆に「増加」の占める比率は、業者数よりも販売量で見た場合に多い。このことは、「減少」と回答した業者の多くは販売量が少なく、「増加」と回答した業者の多くは

販売量が多いことを示している。

ぶどう(生食用、生食・醸造兼用、醸造専用)を除き、いずれの樹種も販売量は「横ばい」か「減少」との見方が多い。特に、うめ、すもも、かき、おうとう及びびわは、「増加」として見ている業者の比率が低く、厳しい状況にあるものと考えられる。なお、かんきつ(温州みかん、温州みかん以外のかんきつ)については、約3割が「増加」としているが、多くのかんきつ種苗を生産している福岡苗木農協では、果実の生産現場が縮小している状況の下、種苗の需要も減少していくことは不可避と見ている。また、岡山県は果樹栽培の盛んな地域であるが、果樹生産者は減少していることから、岡山苗木農協では、種苗の需要増は見込めないとしている。一方、ぶどう(生食用)種苗の需要増は「シャインマスカット」の人気の因るところが大きいと思われるが、山形苗木組合では、近年の需要量の動きから、本品種の需要もピークを迎えているのではないかと見ている。また、同組合によれば、醸造用ぶどうの種苗は6、7年前から急増してきたが、伸びに陰りが見え始めており、そろそろピークになるのではないかと見ている。岡山苗木組合も、醸造用ぶどうの需要が今後も続くのか疑問視している。

いずれの樹種でも、「増加」及び「横ばい」の割合は業者数よりも販売量で見た方が多く、反対に「減少」の割合は業者数よりも販売量で見た方が低い。つまり、販売量の少ない業者は「減少」としているものが多く、販売量の多い業者は「増加」又は「横ばい」とい見ているものが多い。このことは、種苗の販売が、販売量の多い業者に集中しつつあることを示唆しているものと思われる。

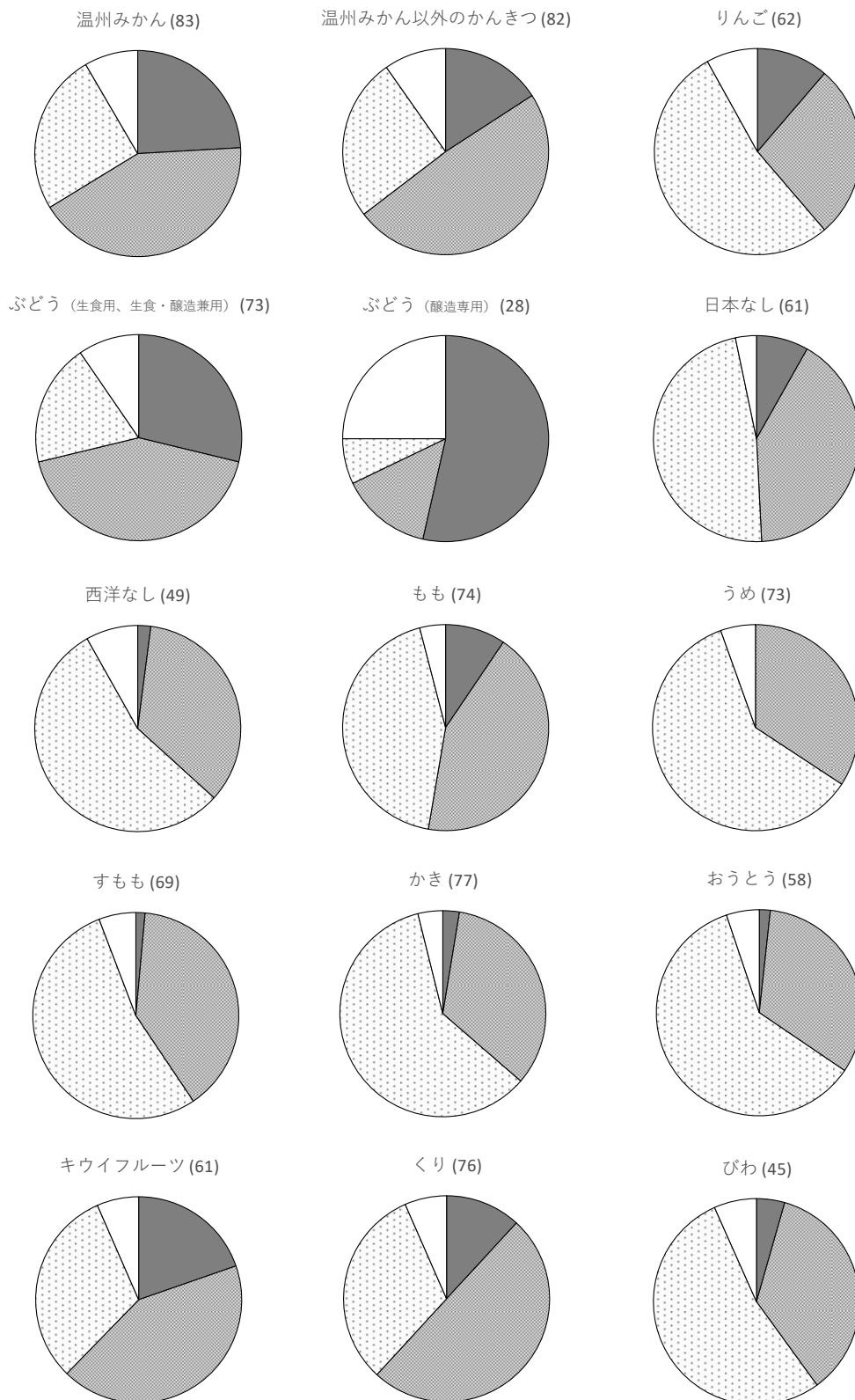


図3-1-1 種苗販売量の動向  
**(販売動向に回答した業者における選択肢別の業者数の比率)**

注: 樹種名の後ろの括弧内の数値は回答業者数  
 (■ 増加、▒ 横ばい、▤ 減少、□ 不明)



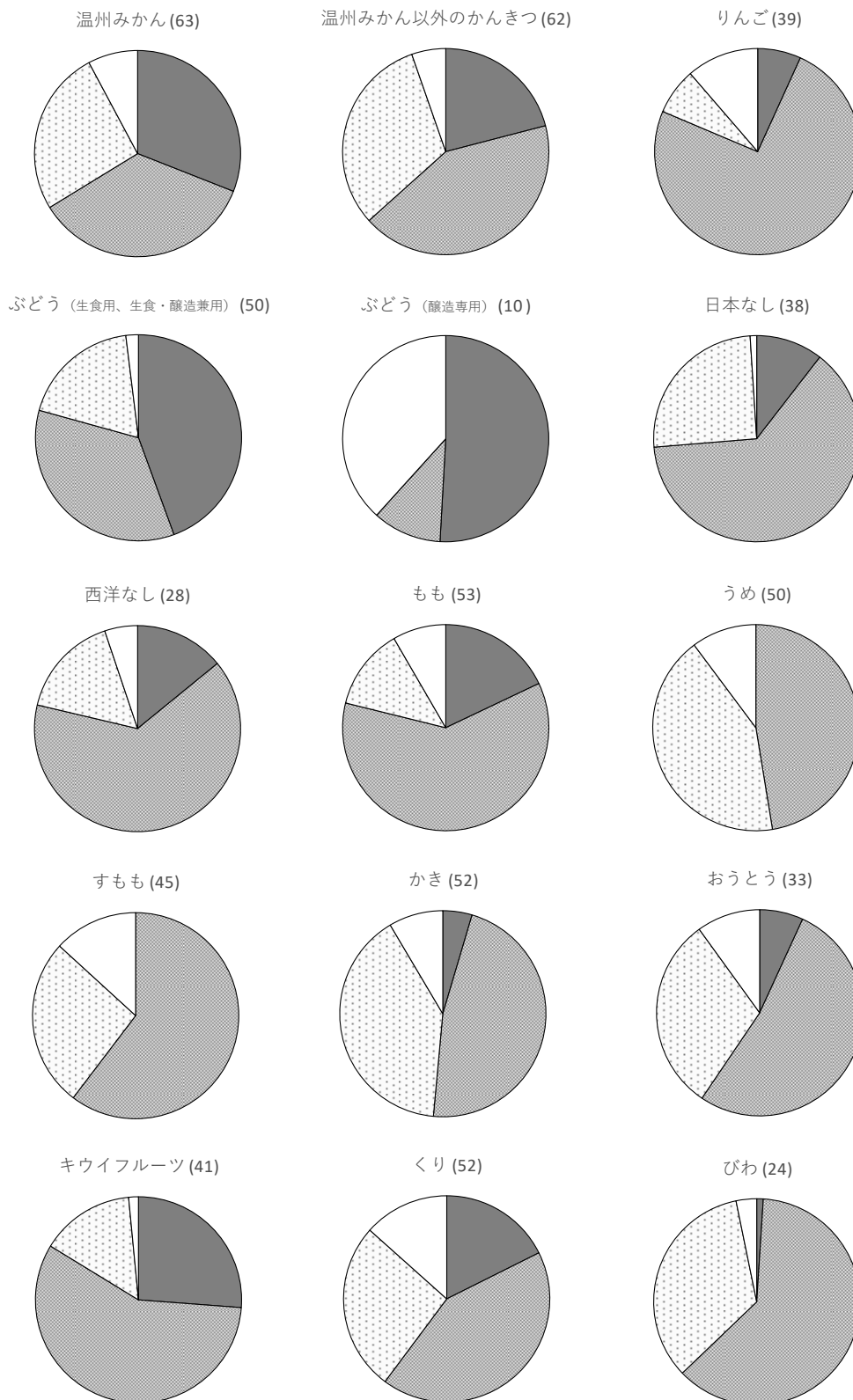


図3-1-2 種苗販売量の動向  
**(販売量及び販売量の動向に回答した業者における選択肢別の販売総量の比率)**

注: 樹種名の後ろの括弧内の数値は回答業者数  
 (■ 増加、▨ 横ばい、□ 減少、□ 不明)

## ② 業態別販売先の動向

業態別販売先のうち、販売比率が最も高いと回答した業者数が多い「農協」、「卸売業者(農協を除く)」(以下「卸売業者」という。 )及び「果樹生産者(生産法人を含む)」(以下「生産者」という。 ) (表 2-2-1)について、販売先毎の販売動向を図 3-1-3 及び図 3-1-4 に示した。図 3-1-3 には、各販売先を販売先の一つとして回答した業者全社(以下「全業者」という。 )を対象に、各選択肢(「増加」、「横ばい」、「減少」、「不明」)を選択した業者数の比率を示した。一方、図 3-1-4 には、各販売先を最も販売比率が高いと回答した業者(以下「高比率業者」という。 )に限って、各選択肢を選択した業者数の比率を示した。

「農協」への販売額が総販売額に占める比率は、全業者、高比率業者のいずれを母数としても、「減少」の比率が最も高く約45%であるのに対し、「増加」の比率は1割に満たない。一方、「卸売業者」と「生産者」は、高比率業者を母数とすると、全業者を母数とした場合に比べ、「増加」の比率が高くなり、「減少」の比率が低くなる。「生産者」において、高比率業者を母数とした際の「増加」の比率は、「横ばい」とともに1/3を占める。「卸売業者」及び「生産者」における販売比率の動向については、高比率業者とそれ以外の業者で見方が分かれている、すなわち後者では「減少」すると見ている業者が多く、かつ全業者に対する高比率業者の割合が「卸売業者」で32.9%、「生産者」で22.0%と低いことから、全業者を母数とした場合と高比率業者を母数とした場合では異なる結果が得られたものと考えられる。

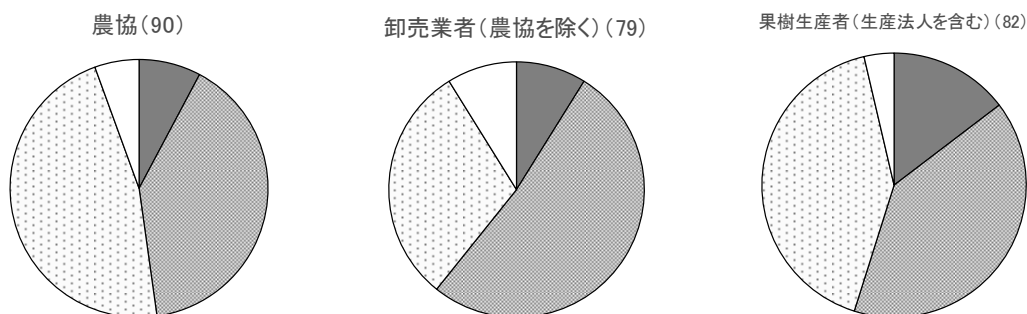


図3-1-3 各販売先への販売額が総販売額に占める比率の動向

注1:販売先名の後ろの括弧内の数値は、当該販売先を「販売先の一つ」として回答した業者の総数

注2:各選択肢の比率は、当該選択肢を選択した業者が全回答業者数(注1)に占める比率

(■ 増加、▨ 横ばい、□ 減少、□ 不明)

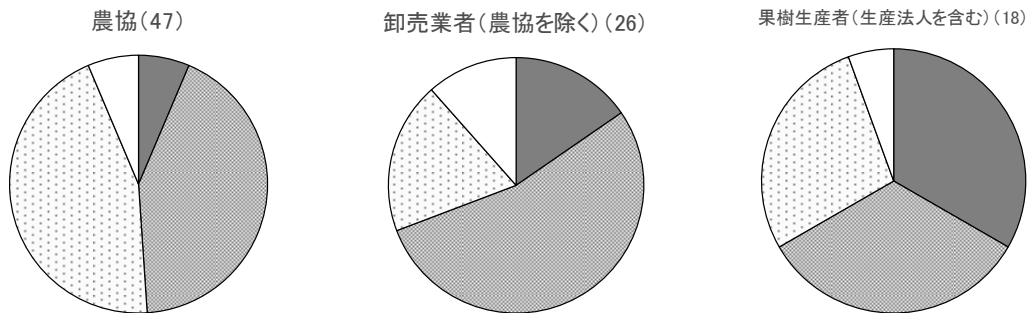


図3-1-4 各販売先への販売額が総販売額に占める比率の動向

注1: 販売先名の後ろの括弧内の数値は、当該販売先を「販売比率が最も高い販売先」として回答した業者の総数

注2: 各選択肢の比率は、当該選択肢を選択した業者が全回答業者数(注1)に占める比率

(■ 増加、■ 横ばい、□ 減少、□ 不明)

## (2) 醸造用ぶどう種苗の生産・販売動向

令和2年春季にかけて販売予定の醸造用ぶどう苗木の受注数量を表 3-1-1 に示した。業者による違いが大きいが、平均値では26,833本、中央値では17,500本である。本受注量及び平成29年8月1日から平成30年7月31日までの1年間における当該種苗の販売量(表 2-1-8 に係る回答)の両者について回答のあった9社について、両者を比較してみると、増加、減少、同数のすべてが各3社であった。

表3-1-1 醸造用ぶどう苗木の受注状況(令和2年春季  
にかけて販売予定の1社当たりの受注量(本))

回答業者数	平均値	最大値	中央値	最小値
12	26,833	100,000	17,500	2,000

醸造用ぶどう種苗の需要については、約9割の業者が増加しているとしている(図 3-1-5)。一方、需要への対応状況は、約6割の業者が「応えられている」としているが、約3割の業者は「応えられていない」としている(図 3-1-5)。このような状況の下、約2割の業者は「生産を増やす予定」であるが、半数の業者は「生産は増やしたいが、困難な状況」としている(図 3-1-6)。生産を増やせない要因としては、生食用品種に比べて著しく低い苗木価格、労力や台木の不足などが指摘されている。醸造用ぶどうであっても苗木生産に係る労力は生食用ぶどうと同等であるにもかかわらず、苗木の単価は生食

用品種の4割程度(岡山苗木組合)、「シャインマスカット」の1/3(山形苗木組合)と低い。このため、生食用品種に代えて醸造用ぶどうの種苗を生産することは、種苗業者の経営にはマイナスとなる。

ぶどう苗木の生産には台木が必要であるが、台木養成用の圃場には限りがあるため、需要が増加しても容易には対応できない。ただし、山形苗木組合によれば、圃場面積を増やし、生産規模を拡大しているぶどう専門の種苗業者もいるとのことである。

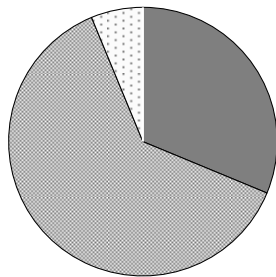


図3-1-5 醸造用ぶどう苗木の需給状況(回答業者数:16)

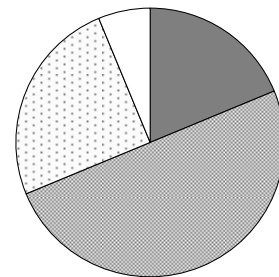
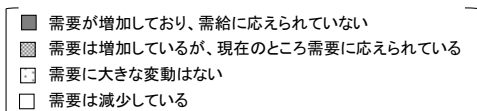
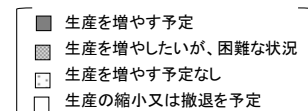


図3-1-6 醸造用ぶどう苗木の生産予定(回答業者数:16)



## 2) 果樹種苗業者における経営上の課題

種苗業者から回答のあった経営上の課題について類型化し集計した結果を表 3-2-1 に示した。最も回答数の多かった課題は「生産コスト(人件費、資材費等)の上昇」、次いで「販売価格の低迷」、「送料の上昇」である。

これらの点について、果樹種苗業者団体からの聞き取り調査においても、果樹種苗を安定的に生産・供給し続ける上で大きな課題との指摘があった。近年における賃金レベルの上昇を受け、種苗業者においても人件費は上昇している。また、肥料などの資材価格も上昇しており、調査した3団体とも、生産コストは確実に上昇しているとの認識である。しかしながら、より大きな課題として示されたのは、生産コストが上昇しているにもかかわらず種苗価格が低いレベルにとどまっていることである。

### ① 種苗価格の低迷

福岡苗木農協によれば、前に300円程度であった温州みかん苗木の価格は、この40年間でわずかに1割程度しか上がっていないため、肥料代等生産に直接関わる経費をまかなうのが精一杯で、施設のメンテナンス経費や農機具の更新にかかる経費は

捻出できない状況とのことである。同農協では、戦後の選択的拡大という農政の基本方針の下、みかんの生産が急激に増加した当時は、種苗も売り手市場で価格が上昇し、種苗業者の収益も上昇したが、その後、みかんの生産が縮小する中、種苗は供給過剰となっていることが価格低迷の大きな要因と考えている。また、種苗業者の多くが零細である一方、主たる販売先は大口需要者である農協のため、価格に需要者の意向が強く反映されやすいこと、販売先の確保を優先し、他社よりも安い価格で販売する業者が少なからずいることも、価格低迷の一因との指摘もあった。

岡山苗木組合でも、種苗の価格は、この50年で150円～200円程度しか上昇しておらず、その要因としては、種苗の供給過剰や種苗業者間の過当競争と考えているとのことである。また、新品種の種苗価格は高めであるが、高値を維持できる期間は短く、3年目には既存品種と同等レベルまで低下するとしている。自家増殖が禁止されれば、もう少し長い期間高値を維持できるのではないかとの指摘もあった。

## ② 送料の上昇

運送業界における人手不足を受け、種苗の出荷にかかる送料が上昇している。特に、大型荷物については送料が大幅に上昇しているだけでなく、取扱を拒否される傾向も強まっている。短く切り詰めて出荷できる樹種は良いが、りんごやなしなど、長い苗を求められる樹種については、いずれの団体でも対応に苦慮している。福岡苗木農協によれば、特定の地域への納品量が多い場合は、複数の種苗業者がまとまってトラックをチャーターして対応することもあるとのことだが、チャーターを引き受ける業者が少なく、問題となっている。また、送料を種苗業者が負担する場合もあるため、経営を圧迫する要因にもなっている。

## ③ 大苗等の生産

近年、ジョイント栽培など新たな栽培技術の開発・普及に伴い、大苗など通常とは異なる苗木が求められることが増えている。大苗は、通常の苗木よりも、販売価格はやや高めとなるが、生産に時間・手間がかかり、かつ売れ残りは処分せざるを得ないため、利益は低い。

表3-2-1 主な経営上の課題(回答業者総数における比率)

生産コスト(人件費、資材費等)の上昇	32.0%
販売価格の低迷	21.9%
送料の上昇	20.3%
異常気象	10.9%
需要の変動・多様化	10.9%
従業員の高齢化・技術の低下	10.2%
需要の減少	7.0%
回答業者総数	128

## 4 まとめ

### 1) 果樹種苗生産における課題

#### ① 種苗価格の適正化

「果樹種苗業者における経営上の課題」で述べたとおり、現在の果樹種苗生産における大きな課題は、種苗価格の低迷である。果樹種苗業者の経営において、コストを削減できる余地は少なく、安定して事業を継続するためには、価格を引き上げる必要がある。価格低迷の要因は複雑であるが、大きな要因として、種苗業者団体からは供給過剰が指摘されている。醸造用ぶどうなど特定の品目、品種では供給不足になっているが、全体的に見れば供給過剰であり、買い手市場になっているものと思われる。

#### ② 施策的な支援

すべての果樹種苗業者団体から、種苗業者が利用できる補助事業がないとの指摘があった。たとえば、果樹農家が新たな省力栽培技術を取り入れる場合、当該農家に対し種苗代の補助はあるが、種苗の供給元である種苗業者に対する補助はない。多くの場合、このような栽培に用いられる種苗は大苗等通常よりも生産コストを要するが、販売価格はそれに見合ったものとはならず、経営にはマイナスとなる。

また、種苗業者が関係する施策に関する情報を得る機会も少ないのではないかとと思われる。今回の調査で、農林水産省が実施している二つの種苗生産関係事業について周知状況を調べたところ、両事業とも、約6割が聞いたこともなく、約3割は聞いたことはあるものの、事業の詳細は知らないとしている(図 4-1-1)。種苗生産に関わる事業に

については、種苗業者に向けても、より積極的に周知を図ることが必要である。

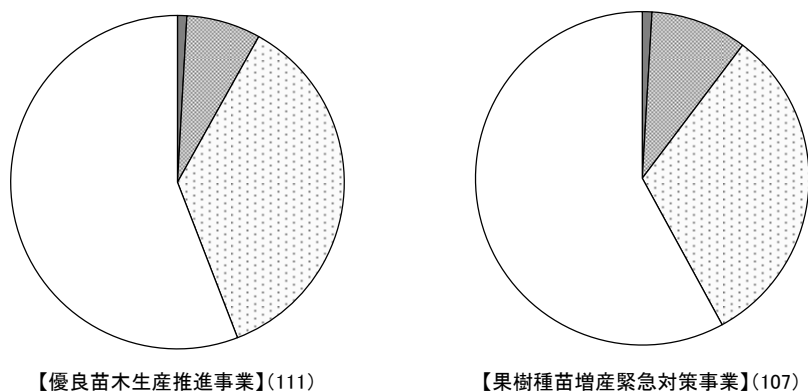
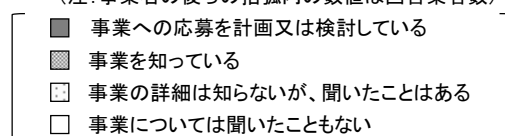


図4-1-1 農林水産省が実施している種苗生産関係事業の周知状況

(注:事業名の後ろの括弧内の数値は回答業者数)



### ③ 需要に即した生産

果樹の種苗は生産に時間を要するため(かんきつの1年生の場合、台木の播種から数えると3年間)、将来の需要を予測して、生産する品目、品種、数量を決定しなければならず、予測が合わなかった場合には売れ残りが生じることになる。受注生産すれば、このようなロスは減らせるが、一般的に価格は通常よりも低く、受注数量を確保できなかった場合には信用を失うリスクが大きいため、安易に受託することはできない。特に、近年は、異常気象などにより、想定した数量を生産できないリスクが高まっている。また、台木育成に必要な種子を提供する業者が減少していることも、安定的な種苗生産を脅かす一因となっている。

### ④ 技術的な課題

果樹種苗生産の安定化を図る上で求められる技術的な課題として次のような技術の必要性が指摘されている。

- 10月以降の発芽、新梢伸長を抑止できる植物生育調節剤(かんきつ)
- 通常では入手困難な品種等の穂木の提供(農業生物資源ジーンバンク保存遺伝資源の商業利用)
- 接ぎ木における活着率を向上させる技術(ぶどう)

## 2) 果樹種苗の安定供給に向けて必要な取組

前述のとおり、種苗価格の低迷は構造的な面もあり、引き上げは容易ではないが、福岡苗木農協傘下の若手の経営者が連携して農協と価格交渉を行い、わずかではあるが価格を上げることに成功した事例もある。なお、価格交渉にあたっては、生産コストを正確に把握しておくことが必須であるが、一部ではあるものの、経営収支を確実に把握していない業者もいる。このような業者にあっては、経営者としての自覚を持ち、会計の透明性を高めることで、戦略的に価格交渉を行うことが重要である。

一方、岡山苗木組合では、苗木の品質に見合った価格を目指している。岡山県では、長年培ってきた生産技術を継承することで、高品質な苗木の生産を維持している。しかしながら、果実とは異なり、品質の違いが価格には十分反映されていない。同組合では、その要因として、最終的な苗木のユーザーである果樹生産者に苗木の品質の違いが浸透していないこと、また認識させることが困難なことを挙げている。このため、同組合では、苗木の品質基準を作るが必要と考えている。種苗業者の枠を超えて種苗の生産量を調節することは困難であるが、質の悪い種苗が安価で市場に出回ることを減らすことは、種苗価格の適正化を図る上で有効と思われる。そのためにも、客観的な品質基準は重要である。種苗業者団体からは、販売される種苗について、合法的に生産されたものであることに加えて、一定の品質基準を満たしたものであることを国として保証する制度を設けて欲しいとの提案もあった。

また、果樹種苗業者のニーズや実態に即した施策（補助事業、国費による技術開発等）及びその効果的な周知対策も重要である。



(参考)

## 果樹種苗生産の動向に関するアンケート

### 1. 貴社の経営概要について

問1-1 経営形態(該当形態にチェックを入れてください。)

個人     法人

問1-2 後継者の有無(該当する状況にチェックを入れてください。)

有り     現時点では未定

問1-3 貴社の総販売額に占める果樹種苗販売額のおおよその割合

\_\_\_\_\_ %

問1-4 業務内容(該当する業務すべてにチェックを入れてください。)

果樹種苗の生産(自社生産及び委託生産)

果樹種苗の卸売り

果樹種苗の小売り(委託販売を含む)

※前問で「果樹種苗の生産」にチェックを入れた方にお伺いします。その他の方は「問1-7」にお進みください。

問1-5 種苗生産に使用している圃場の面積(委託生産のみの場合は、各圃場面積に「0」と記入してください。)

自社で所有している圃場                    \_\_\_\_\_ a

借地圃場    \_\_\_\_\_ a

問1-6 種苗生産に使用する圃場の増減計画(今後の予定(希望)について、該当項目にチェックを入れてください。)

自社で所有している圃場

増やしたい  減らしたい  増減の予定なし

借地圃場

増やしたい  減らしたい  増減の予定なし

※「問1-4」で「果樹種苗の小売り」にチェックを入れた方にお伺いします。その他の方は「問1-8」にお進みください。

問1-7 小売りの手法(該当項目にチェックを入れてください。)

- 店頭販売のみ  
 通信販売のみ  
 店頭販売と通信販売を併用

問1-8 雇用している従業員数(該当従業員数をご記入ください。)

常勤社員数 \_\_\_\_\_名

うち 家族 \_\_\_\_\_名

非常勤社員数 \_\_\_\_\_名(注:延べ人数ではなく、同時に雇用する最大人数)

問1-9 雇用労力の確保状況(該当する状況にチェックを入れてください。)

- 業務遂行に必要な雇用労力を確保できている  
 十分な雇用労力を確保できていないため、雇用を増やす予定である  
 十分な雇用労力は確保できていないが、雇用を増やす予定はない  
 雇用を増やしたいが、確保が難しく実現できていない  
 雇用労力は減らす方向である

問1-10 自社ホームページの有無

有り  無し

問1-11 経営上の課題(貴社が抱える経営上の課題について、自由に記載してください)

【記載例】販売価格の低下や生産コストの上昇により収益性が低下。  
 種苗の需要変動が大きく、生産計画の立案が困難。  
 送料が高騰しており、経営を圧迫。 等

2. 種苗の販売状況について

注:平成29年8月1日から平成30年7月31日までの1年間に販売した種苗についてご回答ください。

問2-1 種苗販売量(1年間に販売した種苗の総数、及び販売した種苗の生産手段(自社生産、委託生産、購入)ごとの内訳を記載願います。なお、内訳が不明な場合は、利用している生産手段に「○」、うち最も販売量の多いと思われる手段に「◎」を記載してください。)

樹種	総販売数量 (本)	内訳(本)		
		自社生産	委託生産	他社からの購入
全体				
温州みかん				
温州みかん以外 のかんきつ				
りんご				
ぶどう(生食用、 生食・醸造兼用)				
ぶどう(醸造専用)				

日本なし				
西洋なし				
もも				
うめ				
すもも				
かき				
おうとう				
キウイフルーツ				
くり				
びわ				

問2-2 種苗販売量の動向(過去の販売実績や近年の受注状況から想定される、今後数年間の販売動向について該当する傾向に「○」を記載してください。)

樹種	今後数年間の販売動向			
	減少	横ばい	増加	不明
温州みかん				
温州みかん以外 のかんきつ				
りんご				
ぶどう(生食用、 生食・醸造兼用)				
ぶどう(醸造専 用)				
日本なし				

西洋なし				
もも				
うめ				
すもも				
かき				
おうとう				
キウイフルーツ				
くり				
びわ				

問2-3 種苗の販売先別割合及びその動向(近年における、種苗の総販売額に占める各販売先のおおまかな割合を記載してください。また、販売先ごとに、総額に占める割合の近年の動向について該当する傾向に「○」を記載してください。)

販売先	総販売額に占める比率(%)	総販売額に占める割合の動向			
		減少	横ばい	増加	不明
農協					
卸売業者(農協を除く)					
ホームセンター					
大手通信販売事業者					
小売業者(ホームセンター、大手通信販売事業者を除く)					

果樹生産者(生産法人を含む)					
一般消費者(非生産者)					
その他					

問2-4 種苗の総販売量に占める県外への販売量のおおまかな割合及び県外販売先のうち販売量の多い都道府県

樹種	県外への販売比率 (%)	販売量の多い都道府県(複数記載可)
温州みかん		
温州みかん以外 のかんきつ		
りんご		
ぶどう(生食用、 生食・醸造兼用)		
ぶどう(醸造専 用)		
日本なし		
西洋なし		
もも		
うめ		
すもも		
かき		
おうとう		

キウイフルーツ		
くり		
びわ		

問2-5 種苗の生産・販売における受託生産の占める比率

- ・受託生産の占める比率        %
- ・受託生産の占める比率が大きな樹種(複数記載可)

\_\_\_\_\_

※醸造用ぶどう苗木の販売を行っていない方は「問2-9」にお進みください。

問2-6 醸造用ぶどう苗木の受注量(翌春にかけての販売に向けて、現時点までに受けているおおよその注文量)

\_\_\_\_\_本

問2-7 醸造用ぶどう苗木の需給状況(該当項目にチェックを入れてください。)

- 需要が増加しており、需要に応えられていない
- 需要は増加しているが、現在のところ需要に応えられている
- 需要に大きな変動はない
- 需要は減少している

問2-8 醸造用ぶどう苗木の生産予定(該当項目にチェックを入れてください。また、「生産を増やしたいが、困難な状況にある」にチェックを入れた方は、生産拡大を阻害している主要な要因を記載してください。)

- 生産を増やす予定である
- 生産を増やしたいが、困難な状況である  
生産拡大の阻害要因: \_\_\_\_\_
- 生産を増やす予定はない
- 生産の縮小又は撤退を予定している

問2-9 近年における果樹種苗の需要動向や販売についてお気づきの点、課題等がありましたら、自由に記載してください。

【記載例】近年、〇〇の需要が大きく減少。

〇〇向け販売が増加しているが、販売単価が低く、経営を圧迫。 等

### 3. 農林水産省が実施している種苗生産関係事業について

問3-1 優良苗木生産推進事業(省力樹形の導入等に必要となる苗木生産に向け、種苗業者と農業生産団体等が連携して行う新たな苗木生産体制の構築を支援する事業)の周知状況(該当項目にチェックを入れてください。)

- 本事業への応募を計画又は検討している
- 本事業を知っている
- 本事業の詳細は知らないが、聞いたことはある
- 本事業については聞いたこともない

問3-2 果樹種苗増産緊急対策事業(都道府県、市町村、産地協議会、試験研究機関、苗木業者等が連携し緊急的に輸入ぶどう苗木等を確保するための体制の構築、既存施設の隔離栽培施設への改修等に要する経費を補助する事業)の周知状況(該当項目にチェックを入れてください。)

- 本事業への応募を計画又は検討している
- 本事業を知っている
- 本事業の詳細は知らないが、聞いたことはある
- 本事業については聞いたこともない



