

日本の花の消費と文化あれこれ

以前、ある友人から日本の花（切り花）の消費は鹿児島が一番だと聞いたことがあった。何となく意外な感もあり長く気になっていたが、今回改めて調べてみると総務省家計調査に「都道府県県庁所在地別年間切り花購入額推移」という統計があり、これによると、なるほど鹿児島市が1世帯当り購入額で毎年トップを続けており、例えば平成10年の1世帯当り切り花購入額は24,793円で全国平均12,268円の倍に達している。

友人の鹿児島県人や鹿児島勤務経験者に聞いてみると異口同音に「それはお墓の供花だよ。春秋の彼岸、お盆だけでなく、頻繁にお墓参りをして一年中お墓の花を絶やすことの無いよう努めている」とのこと。鹿児島の人にとっては祖先を敬う気持ちが極めて強いこともあるが、何よりも立ち並ぶお墓の中で、わが家のお墓の花だけが枯れているようなことは、最大の恥であるとのことで、なるほど納得した次第である。

なお、直近の平成13年度の統計をみると福島市の1世帯当り切り花購入額が、鹿児島市に肩を並べてきているが、この辺の事情についても一度、福島の識者にご教示賜りたいものである。

ところで、日本の花消費の特色であるが、消費需要の約60%は冠婚葬祭などの業務用で占められており、家庭内消費は年々増加してはいるものの20~25%に過ぎないと言われている。

しかも、日本の花消費は歴史的に仏教の普及に連動して拡大してきており、圧倒的な葬儀向け需要のほか仏壇の供花、墓参り供花等のウェイトが極めて高い。「花きデータブック2002」の中に、東京都が実施した葬儀費用調査があるが、これによると、都内における平成13年度の平均的葬儀費用は175万円であり、そのうち生花費用には32万円を要したとされている。関係者から届けられる供花の費用を加算すれば、相当なものである。

また、日本にはやはり仏教から派生した生け花（華道）文化の発達がある。多くの流派が存在し、それぞれ多数の師匠とお弟子さんを抱え、大量の花を消費するのであ

る。私事で恐縮であるが、小生の母は生前自宅で長年に亘り小原流生花教室を開いており、帰省の折には若いお嬢さん達が大勢で、花を生けている光景を見かけたものであるが、そこには近所の花屋さんから大量の教材用の花が届けられていたのである。もっとも最近では、花嫁修業としての生け花は衰退気味で、むしろパーティー会場や食卓等を飾る西洋流フラワーアレンジメントの方が盛んなようである。

日本の花消費の特色のひとつに贈答用の生花がある。花を贈りものにするのは、日本だけでなく先進諸国にもある習慣と思うが、日本の場合は高額であり、しかも先ず3千円、5千円、1万円という金額を決めてその金額で花を組み合わせてもらうのである。従って高額になるほど洋らん等高価な花を多く使うことになる。欧米ではプレゼントに持参する花は1束千円にも満たないそうである。

日本において消費される花の品目は、葬祭関連が多いことから「各種きく類」が断然トップであり、平成13年の切り花卸売市場取引額（農水省花き統計）3,497億円の約3割を占めている。以下「ゆり」「ばら」が300億円で、「カーネーション」「洋らん」と続く。一方、例えばオランダ市場では断然トップは「ばら」であり、以下「きく」「チューリップ」「ゆり」「ガーベラ」の順で続いている。各国の花消費は宗教、気候条件、国民性の違い等から随分と異なった特色を有するものである。

ところで近年の切り花卸売市場取引額は平成10年の4,216億円をピークに年々低下しており、平成13年度は3,497億円にまで低下した。数量、単価とも下がっており、消費の停滞は著しい。明らかに景気低迷の長期化によるものと思われるが、花き生産者や流通業界にとってまさに由々しき事態である。これまで日本人は花を愛でる気持ちや花々を楽しむ遊び心により、日本独自の花文化を形成してきた。また、ガーデニング、フラワーアレンジメント、母の日のカーネーション等西洋流花文化も吸収しつつ、経済成長に対応して花の消費を拡大させてきたのであるが、ここにきての消費停滞はまことに残念である。

最近日本のストレス社会の中で、色、香り、音楽等各面にわたり、「癒し系」と称するものが持てはやされている。花は人の心に安らぎや潤いを与えるまさに「癒し系」の最たるものである。花消費が回復することを心から念ずるものである。

（株）農林中金総合研究所代表取締役社長 栗林直幸・くりばやしなおゆき）