



第36回 通常総会並びに肥料取締法改正説明会及び研修会開催

当協議会の第36回通常総会が、7月25日に大阪市淀川区宮原のメルパルク大阪で開催されました。会員等40の方々にご参加いただきました。来賓として、独立行政法人農林水産消費安全技術センター（FAMIC）神戸センターの上久保房夫次長、同センター肥料検査課の水野和俊課長にもご出席いただきました。

今総会は58会員中、24社が出席、24社が委任状を提出されて成立。議案は①平成30年度事業報告②平成30年度決算報告・同監査報告③令和元年度事業計画案④令和元年度予算案。

事業計画では今年度も肥料取締法改正等に関する説明会や研修会の開催、普及啓発活動としてパンフレットやHPを活用して会員及び一般への知識の普及啓発、情報の発信に取り組むことなどを決定。普及啓発用パンフレットはリニューアルし、新パンフレットを消費者に積極的に配布することとなりました。

総会終了後には、連絡説明会で水野課長による「最近の肥料情勢について」、講演会では吉坂包装株式会社代表取締役でサキュレントマスターの上田泰氏による「現代社会へ順応した商品作りと販売方法」が講演されました。上田氏からは、SNSを使った情報発信、マルシェでの作家による販売など、現代社会のムーブメントに沿った内容で語られました。



来賓祝辞

独立行政法人農林水産消費安全技術
センター（FAMIC）神戸センター
上久保房夫次長

かつては夢のような話でありました、スマート農業の現場での実装が急速に進んでいます。今後の肥料を考えるシンポジウムでもデータをクラウド上で一元管理し、農作物の生育を予測するシステムを活用して、営農指導を強化した取組が紹介されたり、施肥の機械化体系に対応した肥料の形状が要望されるなど、肥料メーカーにとっても対応が求められる時代となっています。

このシンポジウムにつきましては、資料と概要が農林水産省のホームページに掲載されておりますけれど、スマート農業はいずれにしましても、今後ますます現場に普及していくものと考えられます。

さて、肥料の品質保全に目を向けてみますと、農林水産省で業界団体、学識経験者らからのご意見等を踏まえて、規制改革推進会議の方針を受け、肥料取締法やその運用について、見直し作業が進められているところです。

今回の制度見直しでは、公定規格の大括り化、表示内容の見直し、製造工程管理の考え方の導入など多岐に渡っています。今後の登録や立ち入り検査業務は今までとは異なることが予想され、肥料関係業界に対しても影響が大きいものと考えています。

私どもFAMICといたしましても、混乱なく円滑に制度が導入されるよう、統一的な運用を含め、技術的側面から積極的に関与していくこととしています。

また、FAMICでの取組の紹介をさせていただきますと、昨年度汚泥肥料中の重金属の分析について、本部でISO 17025に基づく自己適合宣言を行っています。今後、神戸センターも含めまして、他の地域センターにおいても、自己適合宣言をすべく、肥料検査部門における分析の信頼性向上を目指しているところです。

村上恭豊会長あいさつ



本日は暑い中、第36回総会に大阪まで足を運んでいただきありがとうございます。ございます。

昨日、東京ではオリンピックの1年前ということで、イベントが開催されたようです。私たちの業界はと申しますと、記録的な日照不足で特

に関東地方では農作物に影響があり大変だったと思います。その分、涼しかったようですが、一転して急に暑くなり梅雨明けと、急な気候の変化に私自身少し驚いています。

この1年を振り返りますと、3月15日の説明会で農林水産省消費安全局様が4名、生産局様が3名、そしてFAMIC東京センター様より2名と計9名の方が来ていただいたことは、大変喜ばしいことでした。本日も来賓としてFAMICの上久保次長様、そして水野様にご参加いただき、本当にありがとうございます。

また、肥料取締法改正の動きがあるのではないかとこの1年で感じております。もちろんこの中には、農業生産のコストを削減していく動きがあるように思います。具体的には皆様ご存知のように、堆肥と肥料の配合を認めたり、ある種の循環型といえる産業副産物由来の肥料の活用であったり、そのような方向に今進んでいるのではと考えております。

そして、欧州では肥料法が16年ぶりに改正され、2022年より施行されます。その中で何が変わるのかを調べてみますと、家畜のふん尿や食品廃棄物を肥料に活用したり、カドミウムなどの有害物質に規制をかけたり、回収無機資材が肥料等の原料に入っていくという話になっているようです。今後は当協会も欧州肥料法改正に関する動きに注目したいと思っています。

最近の肥料情勢について

4月26日に改正された規格内容を紹介します。肥料要覧は2年に1回改正されており、2017、2018ということで3月に発行されていますので、去年までの分はこちらに載っていますのでこれを参照していただければ。発行以降に改正された部分ということで今回、1件だけです。

「りん酸マグネシウムアンモニウム」という肥料の種類名です。

今までの肥料の言い方とは若干違うということで特徴的なのでお話しさせていただきますと、「アンモニア」という言い方をしていたのですが、今回から「アンモニウム」という一般的な化学名称の命名法を採用しています。

含有すべき主成分の最小量は、アンモニア性窒素が4.0、く溶性りん酸20.0、く溶性苦土11.5%以上という規格値になっています。3つの成分すべてを保証する必要があります。

含有を許される有害成分の最大量は、窒素及びりん酸の主成分の量の合計量の含有率1・0%につき、ということになりますので、保証成分量の合計量が24ですね。ここに書いてある数字に24をかけた値が実際の有害成分の最大量になるということです。ひ素0.002、カドミウム0.000075、ニッケル0.005、クロム0.05、水銀0.00005、鉛0.003。このような規格値になっています。

肥料の規制の見直しにともなう、検討内容及び見直しの方向性

次に、今の農林水産省で検討されている肥料の規制の見直しにともなう、検討内容とか見直しの方向性です。

①公定規格・配合

- ・新たな肥料の生産や開発が進むよう、複雑な公定規格を簡素化するとともに、成分規格を緩和
 - ・使用できる原料を明確化
 - ・特殊肥料と普通肥料の配合も可能に
- というような考え方で見直しをするということです。

今後の規格の中で、肥料の種類が、「単一化合物」「複数の肥料を混合した肥料」「動植物・副産物肥料」、こういった括りに分けていくという考えのようです。

単一化合物は、現行の規格を維持していきます。複数の肥料を混合した肥料ということで、規格の大括り化、有効成分の最小量の引き下げ、利用できる原料の明確化するということです。

②保証票

細かい運用がなされいて分かりにくいというようなご意見があるようです。

・農家が求める以上に詳細な表示は簡素化

・必要な情報で表示されていない事項については、電子的な表示等も含め、情報提供の仕組みを検討

というような方向性で考えています。具体的には、保証成分量の許容差の見直し、分析値による表示の検討、原料表示の簡素化、こういった方向が検討されているところです。

③登録・届出等に係る手続

実際にはFAMICでも肥料の登録申請を受けていますので、FAMICの運用にもかかってくるのかなと思っています。

課題として、登録肥料を原料とする肥料の登録を不要に、ということで、登録肥料を配合・造粒する肥料は届出で生産可能にするということで、今の指定配合肥料の枠組みをさらに広げていくという形になります。特殊肥料と普通肥料の混合だったり、特殊肥料と土壤改良資材の混合も可能になってくるという方向です。

肥料有効期限の延長又は廃止ということも検討、保管場所の届出を不要にする、各種申請手続きについて電子申請を導入、FAMICの運用が地域によって異なるということで、これまでもマニュアル作成や研修等を行い、対応に差がないようにしているが、改めて事業者等の意見も聴いて運用の統一を図る、ということです。

Q&A

Q1 メーカー等への立ち入り検査において、ご指摘されたことが多い不備について教えてください。特に、家庭園芸に於いての注意点を教えてください。の分析値は窒素0.1%の桁ですが、肥料では0.01%の位で評価しています。実際、植物の生育には影響（差）は無いと思うのですが、ここまでの分析値（保証値）は必要なのでしょうが。

A) 平成29年度の集計では、保証票記載事項の原料の種類に記載不適正が最も多かったです。約27%。次に牛由来、動物由来のたんばく質にかかる表示事項欠落が16%ありました。保証成分の記載不適正が15%。保証成分量不足、これは実際に分析して判明した部分と設計上、保証成分に足らない設計になっていたというものを含めて11%くらいになりました。

家庭園芸ではどうなのかということですが、家庭園芸肥料がほとんどが登録肥料ですので、設計のミスとかいう部分はほとんどないという部分もあります。原料の種類表示についても家庭園芸専用肥料については省略されている部分もあります。書かなくていいわけですから。

そういう部分はほとんどありませんので、家庭園芸に特化して言

えば、動物由来たんばく、という表示が抜けていましたということが一番多かったという部分があります。皆様の使われる原料を確認いただければと思います。

それから、消費者に近いという部分もありますので、石灰硫黄合剤の混用の注意、酸性肥料の場合にはそういう表示をお願いしていますけれど、その辺を気を付けていただければと思っています。

Q2 昨年度の肥料登録件数を教えてください。特に、家庭園芸用複合肥料の登録件数は、増加しているのでしょうか。

A) 登録件数については、過去の部分は肥料要覧の前のほうに集計データが載っています。

最近の部分では、FAMICのホームページの肥料・土壤改良資材というコーナーの中で、肥料登録銘柄検索というところがあります。その中に皆様方への情報提供として、現在の登録銘柄すべてをエクセルデータでダウンロードできるといった部分があります。

私もそのデータをダウンロードして数えてみました。数えると、令和元年7月10日現在、家庭園芸用複合肥料の有効登録数として、生産登録375件、輸入登録226件ありました。データの中で登録年月日も出てきますので、平成28年の新規登録が生産で14、輸入で12。平成29年が生産9、輸入7。平成30年が生産20、輸入12という数字でした。増加しているかどうかはこの数字だけでは判断できないことになるかと思っています。

■現代社会へ順応した商品作りと販売方法■



吉坂包装株式会社代表取締役 上田 泰氏

園芸ブームから20年が過ぎましたが園芸メーカー、生産者、販売店を含めて、なかなか景気の良い話を聞けません。現在の園芸人口は高齢化しており、さらに次の園芸を担う20～30代の若い世代の植物への関心が少ないのが現状です。園芸業界への影響はたいへん大きく、園芸メーカーとしてこの業界にいる以上は業者間の枠にとらわれる事なく、いかにして若い人たちに園芸の魅力を伝えられるのか？そして園芸に興味を持ち園芸の世界に引き込めるか？が、大

きな課題になってきています。

国際バラとガーデニングショウはあれだけ集客できていたイベントでしたが、いったん終止符を打つ形となり、一般の方に向けたアピールできるショーも衰退してきている部分があります。会場を見渡すと来客層が高齢化している部分と、若い人が少ないとつくづく感じられると思います。

世界らん展は今までランを中心にショーを開催していましたが、特にランの世界は高齢化が進んでいて、そういう部分でショーも衰退している中で、今年からは園芸全体をとらえ、そして若い人たちを集客できる内容のショーにもっていこうと実行委員会もかなり大きく変わりました。その結果、今年は若いお客様も増えかなり集客を戻して、入場者の層が変わってきたという印象を受けました。

また、一昔前とは夏の暑さの感覚が違います。今まで春に植えて、秋、冬になるまで楽しめていたものがなかなか楽しめなくなってきました。夏越しがどんどんむづかしくなっている現状があります。そういうことも含めて園芸人口が減ってきていると、皆さんひしひしと感じているところであると思うのです。

そういう中で、園芸人口を増やすためには何をすれば良いのか？

一つには、若い層はスマホがないと生きていけないというくらい依存度が高くなっており、人との繋がりはSNSが欠かせなくなっています。Facebook、Instagram、TwitterなどSNSを使う事で世界中の人とつながり情報が共有できる時代になっています。

そしてインスタ映えという言葉も出てきました。インスタに画像をアップするために「見映えする」良い写真を撮りたい。それくらい画像はたいせつな情報源になっています。その為、良い商品である事はもちろんですが、パッケージのデザインも、写真映えする事が非常に重要になってきています。

写真を撮ってSNSにアップしてもらうことによる宣伝効果は、新聞広告、雑誌広告に大きなお金を使うことに比べ、とても大きな

効果があります。しかもお金はほとんどかかりません。

そのような写真を撮るために求められていることがあります。例えば、北海道発祥の「締めパフェ」です。夜にお酒や食事を楽しんだ後の最後の締めと言えば、今まではラーメンなどが主流だったと思います。ところが、今札幌で流行っているのがパフェです。若い女の子だけでなく、我々のような男性も行列に並んでいます。人気のお店は夜12時くらいに行っても並んでいます。

なぜ締めパフェかというと、単に食べたいから、ということだけではないのです。あえて夜にパフェを食べに行つたと、写真に収めてSNSにアップしたいのです。普通は夜に食べないパフェを食べに行く。そして各お店も消費者のニーズにこたえようと特色を出して、できるだけ写真に収めてもらえるようなインスタ映えするパフェを作ろうとしています。

当然ですが味が伴わなければ、1回写真を撮って終わりです。でも味が伴えば、またそのお店に行つて違うタイプのパフェを食べてみたい、ということになります。夜のパフェはインスタ映えをモロに狙った商品です。SNSの時代を象徴する戦略の一つだと言えます。形、色、第3に味です。味よりも写真の色と形を求めるのです。

皆さんの商品は買われた方に写真を撮りたいと思わせる商品でしょうか？こんなおしゃれな商品を買いましたとSNSに写真をアップしてもらえる商品でしょうか？肥料や用土の場合、中身そのものをアップしてもらうことはなかなか難しいと思います。ですが、注目される上で大切なのは商品のパッケージ、全体のデザインなのです。例えば液体肥料を買われた方が、商品を家のどの場所に置くでしょうか？おしゃれな商品だったら、靴箱の上に置いて飾られたりすると思います。皆さんの商品は飾ってもらえる商品でしょうか？今の商品の多くは、買った後に飾ってもらえる商品ではないと思うのです。商品の中身はもちろん大切です。その上で、今までの常識や概念を捨て、家に置いて美しく感じていただける商品にする事がこれからの重要なキーになります。見るところに飾ってもらえる商品に変わる可能性があるのです。写真をSNSにアップしてもらったり、人目に付くように飾ってもらえる商品パッケージにできれば、だいぶ反応が変わってくると思います。

「マルシェ」という言葉を最近耳にしませんか？昔のフリーマーケットというイベントが先駆けでした。いらなくなったものや、主婦が趣味で手作りしたものを、欲しい人にお手頃な値段で利用してもらおうというのがフリーマーケットの内容ですけれど、時代の流れと共に変わっていき、マルシェが生まれてきました。実はマルシェは園芸業界で行われている花のイベントをはるかに超える大きなイベントになってきています。そして、園芸の新しい層を作っているのはプロだけではなく、一般の方々が広めてくれているということこそ、マルシェが果たしている役割の一つです。

マルシェには個人でオリジナルの作品を作る、作家さんと呼ばれ

Q3 公定規格化された混合堆肥複合肥料について、最近の登録状況と登録要件に関する不備等について教えてください。

A) ダウンロードのデータによりますと、7月10日現在、混合堆肥複合肥料の有効登録数は62件でした。ちなみに登録会社数は12社です。

登録要件に関する不備ということですが、特段この肥料について不備という部分は考えなくていいと思うのですが、他の肥料の種類の登録と同じように考えていただければいいのかなと思っています。

特に挙げるとすれば、堆肥というものを原料としますので、どんな堆肥なのか、堆肥の成分は安定しているのかという部分をよく事前に把握しておくことかなと考えているところです。

Q4 バイオスティミュラント（植物に対する非生物のストレスを制御することにより気候や土壌のコンディションに起因する植物のダメージを軽減し、健全な植物を提供する新しい技術）が欧米を始め注目を集めていますが、このことについての農林水産省及びFAMICの考えを教えてください。

A) 現時点では効果の再現性が不明です。資材としてどのようなものを対象とするかといった外枠が確立できていないことから、現時点では肥料取締法の対象として考えていません、ということのようです。

法律の定義とを見ていただければ人の健康被害のところまで含んでいますので、もしそういう状況があれば対象となってくるのではないかと考えます。

る人が出店しています。作家の方々は自分の作品をSNSで宣伝しています。それを見た人がかわいいとコメントを投稿したり、マルシェに出店されるとその作品を見に行かれたりします。すべて商品は手作りのオリジナル品です。手作りだからこそ二つと同じものがない、店頭で買うことができない商品が多く出店されている、ということがマルシェに人が集まる理由です。

作家さんが普段どのように商品を販売しているのかというと、家で商品を作りながら、メルカリやオークションなど、インターネットの販売サイトを利用して商品を販売されています。そういうところで活用されているのがSNSです。作品の可愛い写真がアップされたりすると、どんどんファンが増えていきます。このように、有名な作家さんには、何万人とか何十万人というフォロワーがいるのです。そして、自身のホームページなど商品を販売できる先へフォロワーを誘導していくことができるのです。

マルシェは植物に関連した商品の割合が高いです。全く違う商品を買に行っても、かわいい商品が売っていると、それを手にします。そこから園芸を始める人がとても多いのです。多肉植物はここから一気に火が付きましました。植物に興味がない若い人達をいかに園芸に引き込むかというきっかけづくりの面で、けん引してくれたのは園芸店ではなく、雑貨屋さんでした。今は更に変化して、雑貨屋さんからマルシェに出店する一般の方々に移ってきている状況です。

園芸店さんにマルシェを見に行ってもほしいという話をよくします。ディスプレイのアイデアは勉強になります。マルシェに行くと、トレンドが感じられます。行くたびに客が何を求めているかがわかります。朝一番で行って開場と同時に入ると、みんながどこを目指して走っていくのがすぐわかります。そこが目的の作家さんのところ、商品があるところ。そういうトレンドもとてもわかりやすいです。初めて出展される方でも、工夫をこらしているいろいろな商品を作っています。こうしたことは園芸業界の資材にとっても大きなヒントになります。資材メーカーがマルシェで学べることは、

トレンド、商品のアイデア、パッケージ、デザインの特徴的な部分、商品の演出方法など実に多岐にわたっています。

宣伝広告、これはぜひとも学んでいただきたいところです。お金はかけずに、手間と時間をかけながらSNSを駆使して宣伝し、大勢の人数を集めるのです。自分のファンを、それも全国から。ぜひとも見に行っていたいただければと思います。

そして、有名作家さんとの企業のコラボ。私の会社では5年前からやっています。当社は資材も持っているのですが、それまではデザインはすべて社内でやってきました。でも、作家さんやマルシェの存在を知ってから、作家さんとコラボすることにより、今までにない、社内の感性とは違う商品作りができるというのは非常に大きなプラスとなっています。

その作家さんは何万人とか何十万人という自分のファンを持っているのです。企業とコラボし自分の商品が世の中に出るとなると、どんどん宣伝してくれるのです。今まではメーカーが宣伝しながら商品を周知していただいていたのですが、今度は逆です。店頭に並んだときに、店の人が知らなくても、買いに来る一般の客が知っている状態ができるわけです。これが一番の狙いです。

すでに数人の作家さんとコラボしながら商品作りをしていますけれど、企業としてはコラボすることで自社にはない商品のアイデアやデザインなど、いろいろなメリットを得ることができます。作家さんも、企業・メーカーと組むことによって知名度を上げられたり、雑誌などの露出が増えてきたり、デザイン契約などの形での収入を得られるなどのプラスアルファのメリットが出てきます。

園芸に関係するいろいろなイベントや商品など、業界を中心としたこれまでの園芸の流れが縮小している一方で、我々以外の一般の方々が、園芸を楽しむ新しい層を誕生させている現状があります。業界としても企業としても、これからの園芸を盛り上げていくためには、若い人、新しい人の発掘が必要不可欠です。ぜひ今までと違ったチャンネルというものをしっかり見つめていただければと思います。

会員紹介 ◇毎回、会員リスト掲載順に紹介しています◇

株式会社グリーン産業

〒840-2222 佐賀県佐賀市東与賀町田中 824-2
TEL:0952-45-7450
FAX:0952-45-7447
URL:<http://www.green-sangyo.co.jp>
メール:info@green-sangyo.co.jp

当社は、いちご培土をはじめとした生産者用の施設園芸用土から、家庭園芸向けのガーデニング用土を九州一円に製造・卸販売を行っています。最近では商品ニーズが多様化してきたことから、当社が長年にわたって培ってきたノウハウを基に、お客様の切実な想いを実現させる商品、使い勝手のよい商品、夢を育む商品、ひいては地球環境に優しい商品を一貫して開発・提供を続けています。

当社は農業用肥料・家庭園芸用品・飼料及び肥料の原料を中核商品として取り扱う専門卸商社です。1996年から2010年の間に、8つの会社と外部の1つの部門が、未来を見据えて手を組み、企業グループを形成しました。各部門それぞれが高い専門性を有し、広範囲の仕入ルートと得意先に支えられている企業です。全体として新たな枠組みと組み合わせを創り、『総合力』でグループのパワーを発揮し、存在価値すなわち「お役立ち」を世に問うべく取り組んでいます。

株式会社ニチリウ永瀬

〒812-0013 福岡県福岡市博多区博多駅東1丁目14-3
第2サンライト東口ビル
TEL:092-433-5733
FAX:092-433-5767
URL:<https://www.nichiryunagase.co.jp/>

事務局より

会員の異動のお知らせ

【平成30年度期 退会】

株式会社コスモトレードアンドサービス（平成30年7月31日付）

株式会社コバヤシユニオン（平成30年7月31日付）

株式会社芳樹園（平成30年7月31日付）

家庭園芸肥料・用土協議会は、家庭園芸の安全で健全な振興のために、メーカー企業有志により昭和59年(1984)に設立されました。

家庭園芸肥料・用土協議会

〒174-0054 東京都板橋区宮本町 39-14 公益財団法人日本肥糧検定協会内
TEL 03-5916-3833 FAX 03-5916-3828 <http://www.a-hiryo-youdo.com/>