

# 米国向け農林水産物・食品の輸出に関する カントリーレポート（花き類）

米国輸出支援プラットフォーム  
2024年3月

# アウトライン

○はじめに	4
○花き類とは	5

## 1.米国における花き類市場

○市場規模・市場動向	6
○切り花の消費量・金額	7
○輸入状況(切り花・盆栽)	8
○人気の切り花品種	9
○米国の花き類文化	10
○購入者層・消費動向	11
○イーコマース市場の拡大	12
○盆栽市場	13
○ドライフラワー・ブリザードフラワー	14

## 2.米国における日本産花き類市場

○日本産花き類の輸出状況	15
○日本産花き類の流通構造	16
○米国における花き類の輸入規制	
1) USDA APHISによる検疫	17
2) ワシントン条約関連	18
3) ラベル表示・販売許可手続き	19
4) 関税について	20
5) その他支払う必要がある費用	21
6) 植物検疫情報(切り花)	22
7) キク切り花の植物検疫について	23
8) 植物検疫情報(苗・盆栽類)	24
○日本産切り花の課題整理	26

## 3.日本産花き類輸出促進に

<u>向けた提案</u>	27
--------------	----

## 4.日本産花き類取扱事業者への

### インタビュー

○Tree House Bonsai様	30
○Yamaguchi Bonsai Nursery様	31
○Mitsuko Floral様	32
○終わりに	34

# 免責

## 【免責条項】

本資料にて提供される情報については、生産者や事業者の方々の米国輸出の一助となることを目的としているものであり、正確性、完全性、目的適合性、最新性を保証するものではありませんので、当該情報の採否は、ご閲覧者様ご自身の判断、責任において行ってください。本資料での提供情報に関連して、ご閲覧者様が不利益を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び本資料提供者はご閲覧者様に対し一切の責任を負わないものとします。また、本資料は今後もご閲覧者様のご意見やご知見を踏まえて、継続的に見直し、より有用なものとしていきたいと考えております。本資料に関するご意見ご質問は、以下までお願い致します。

本レポートに関する問い合わせ先：日本貿易振興機構（ジェトロ） ロサンゼルス事務所  
電話番号：1-213-624-8855 E-mail アドレス：lag-USPF@jetro.go.jp

# はじめに

米国の花き市場は日本の5-7倍の規模を誇っており、人口比を鑑みても、巨大な市場を抱えている。これは、米国の国民性として、お祝い事やギフト等でお花を消費する文化が根付いている事が背景にあるとみられる。

また、米国は巨大な花き市場を有することに加え、世界最大の花き類輸入国でもある。特に、南米からの切り花輸入が米国の花き市場全体を支えている。しかし、アジアから米国への花き輸出は非常に限定的であり、輸入全体の3%にも満たない。農林水産物である以上、長距離輸送やコスト競争力、検疫等、乗り越えなければいけない課題は山積している。

一方で、米国における花き類のトレンドは日々変わり続けており、プリザードフラワーや盆栽等も注目されはじめている。このトレンドに日本の花き類が合致することが出来れば、米国市場は大きな可能性を秘めているといえるだろう。

本レポートでは、米国に初めてチャレンジされる日本産花き類関係者向けに、米国の最新の市場動向や規制をまとめた。関係者の皆様の参考となれば、幸いである。

# 花き類とは

「花き」とは、日本の「花きの振興に関する法律」によると、**鑑賞の用に供される植物**を指す。具体的には、以下のような植物が花きとして定義されている。本レポートでは以下のうち、特に「切り花類」や「鉢もの類」における米国向け輸出について取り扱う。

## 花きの種類

【切り花類】	切り花（キク、バラ、カーネーション等）、切り葉（ヤシの葉等）、切り枝（サクラ等）
【鉢もの類】	シクラメン、ラン、観葉植物、盆栽等
【花木類】	ツツジ等庭木に使われる木本性植物で緑化木を含む（鉢ものとして生産されているものを除く）
【球根類】	チューリップ、ユリ等
【花壇用苗もの類】	パンジー、ペチュニア等
【芝類】	造園用等養成されているもの
【地被植物類】	ササ、ツル類等地面や壁面の被覆に供するもの

出典：農林水産省「花きの現状について」をもとに作成  
<https://www.maff.go.jp/j/seisan/kaki/flower/attach/pdf/index-50.pdf>

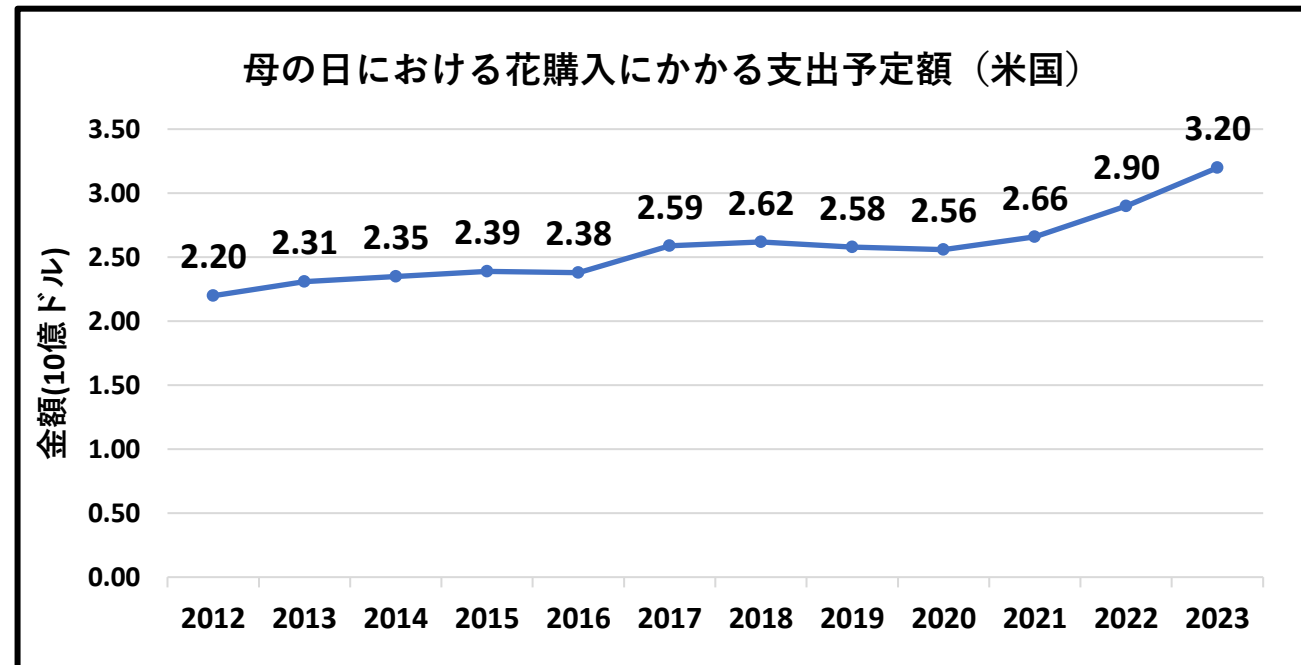
# 市場規模・市場動向

## 【米国の花き園芸市場規模】



出典: Mordor Intelligence  
<https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/united-states-floriculture-market>

- 米国における花き市場は年々拡大しており、2024年には521.3億ドル(約7.8兆円)であり、2029年までに708.9億ドル(約11兆円)まで成長するとみられている。
- 米国において、切り花を購入する一大イベントである「母の日」(5月の第二日曜日)における支出額も年々増えており、**10年間で1.5倍近く増加した**。米国における花き市場の広がりが見て取れる。



出典: Statista: Planned total flower expenditure on Mother's Day in the United States from 2007 to 2023を参考に筆者作成  
<https://www.statista.com/statistics/619313/us-mother-s-day-flower-expenditure/>

# 切り花の消費量・金額

・米国で消費される切り花は販売量・販売金額いずれもチューリップが一番多く、ユリ、ガーベラ・デイジー等が続く。

**チューリップについて、国内総生産量のうち、75%がワシントン州で生産されており、消費も盛ん。**

種類	販売量	卸売単価	販売総額（単位：千ドル）
Tulips (チューリップ)	1億8,220.5万本	37.1 ¢ /本	67,613
Lilies, all (ユリ)	8,094.6万本	72.2 ¢ /本	58,460
Gerbera Daisies (ガーベラ・デイジー)	9,688.9万本	29.6 ¢ /本	28,648
Gladioli (グラジオラス)	4,988.0万本	34.7 ¢ /本	17,287
Roses, all (バラ)	1,726.5万本	77.1 ¢ /本	13,317
Iris (アヤメ)	3,234.0万本	28.6 ¢ /本	9,240
Snapdragons (キンギョソウ)	2,283.9万本	34.5 ¢ /本	7,869
Orchids, all (ラン)	304.7万束	181.7 ¢ /束	5,536
Chrysanthemums pompon (ポンポン菊)	366.8万束	15.1 ¢ /束	5,535

米国有数のチューリップの生産地であるSkagit Valleyのチューリップ畑（ワシントン州）



出典：Adobe Stock

# 輸入状況（切り花・盆栽）

## ○切り花

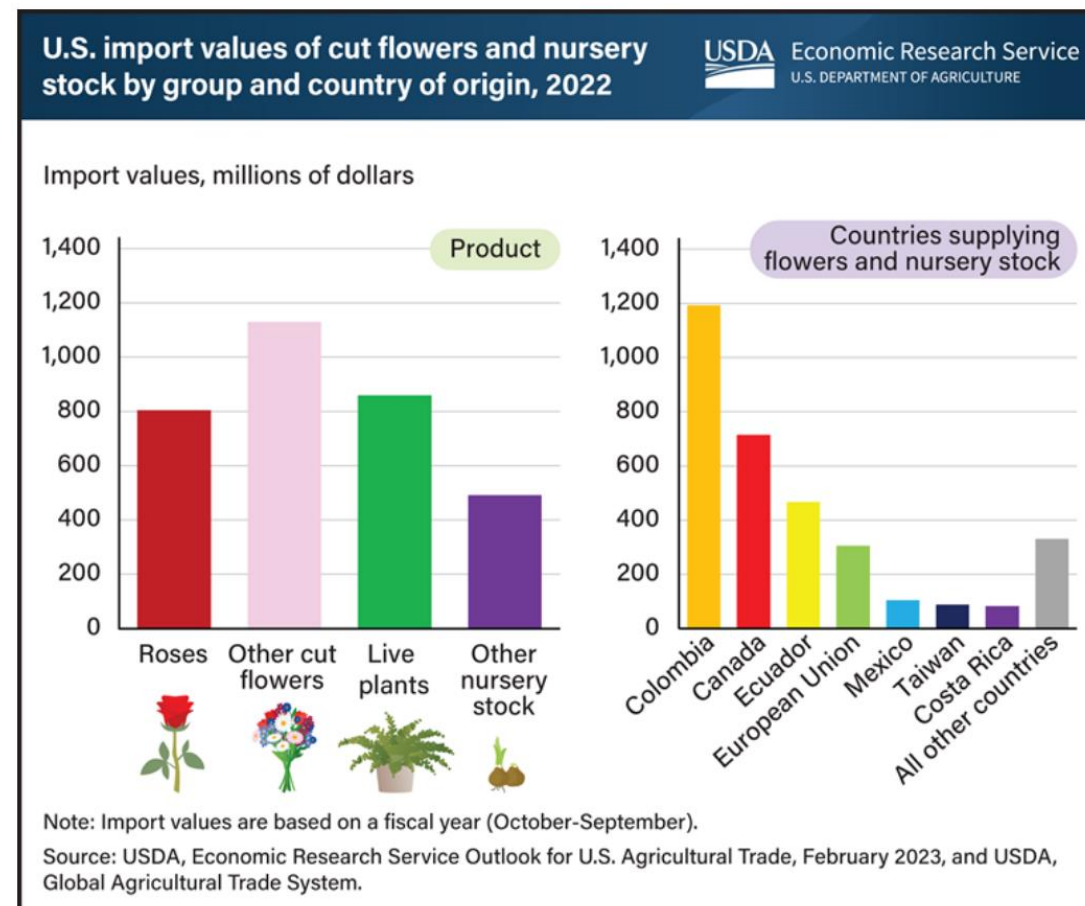
- 花き市場の中でも特に切り花は、**米国では流通商品の82%を輸入に頼っており**、金額にして3.3億ドル程度が輸入されている。品目別では、バラが最も多く輸入されており、金額にして約1.1億ドル輸入されている。
- 仕出国としては、コロンビアやエクアドルなど、**南米からの輸入が大半を占める**。一方、**アジアからの輸入は全体の3%にも満たない**。米国が日本から輸入する切り花は市場の0.19%、約3.1億円である。

## ○盆栽

- 盆栽は土の輸入を禁じるUSDAの規制上、日本から米国向けに盆栽を輸出する場合、輸入規制が厳しくほとんど日本からは輸入されていない**。また、認可された網室にて2年間の検疫を受ける必要があるが、網室の数も日本国内に多くあるわけではない。

出典：（JFOODO調査資料）アジア6カ国・地域及び米国における農林水産物・食品8品目についての流通実態及び消費者動向「2021年度農林水産物・食品8品目流通調査：切花／中国・米国」及び米国盆栽事業者へのヒアリング

## 【米国における花き類の種別輸入状況・仕出国の比較】



出典：USDA(U.S. Department of agriculture)

<https://www.ers.usda.gov/data-products/chart-gallery/gallery/chart-detail/?chartId=106472#:~:text=In%20fiscal%20year%202022%2C%20the,at%20a%20combined%20%241.1%20billion.>



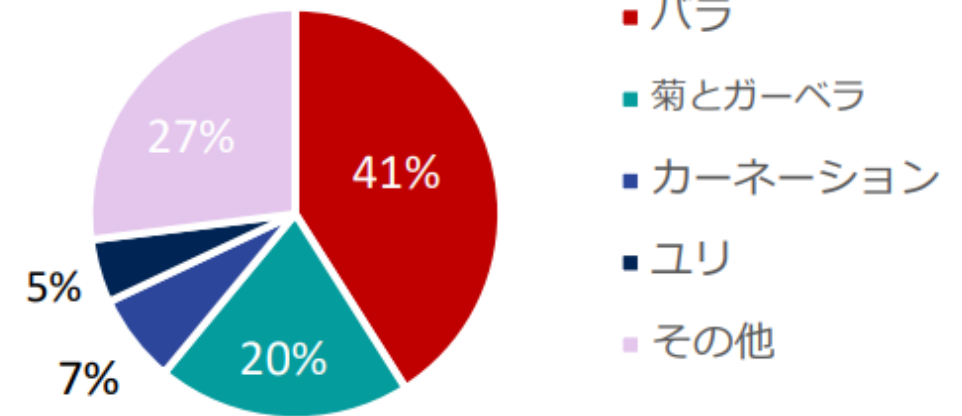
## 人気の切り花品種

- ・意識調査の結果、米国における切り花市場では、バラ、キク・ガーベラ、カーネーション等が人気<sup>(1)</sup>である。
- ・日本産でよく見かけるのは、デルフィニウム、トルコキキョウ、グロリオサ、スイートピー、ラナンキュラス、トウイーディア、スライマックス、コデマリ、アリウム、シンビジュームなどが人気である。日本のキクは生産量が多いにもかかわらず、米国内ではあまり人気がない。
- ・また、日本で見られる一般的なコチョウランは、大輪でなおかつお花が正確に配置されており、現地では取り扱われているコチョウランとは比べ物にならない程品質が良いとされている。そのようなコチョウランは米国では購入が不可能なため、品質の高い日本産のコチョウランは、米国でも需要があるのではないかと考えられる。

※(1) バラは人気であるものの、単価が高いため全体の消費金額は高くはなく、米国における消費金額トップのチューリップの2割程度となっている。

背景画像出典：Adobe Stock

【米国で人気のある切り花の品種】



【コチョウラン】



ラン科植物は25,000種もあるといわれるが、コチョウランはその中でも最も人気な種類の一つである。

画像出典：Adobe Stock

出典：（上部円グラフ）（JFOODO調査資料）アジア6カ国・地域及び米国における農林水産物・食品8品目についての流通実態及び消費者動向  
「2021年度農林水産物・食品8品目 流通調査：切花／中国・米国」

# 米国の花き類文化

米国では日本に比べて家族や友人、仕事上での付き合いにおいて花き類を贈る習慣が多く、一般家庭でも常に切り花や鉢もの類を飾る習慣が根付いているため、**日本の市場に比べ切り花の需要は格段に高い**とされている。

食料品店でも家庭用に花き類を購入する人が多く見られ、スーパーには必ずフラワーセクションが設けられており、ホームセンターや大型小売店でも切り花の販売エリアが拡大され注目を集めている。また、コロナの影響からフラワー業界のEC化が進み、今ではUber EatsやDoordashなどでも“Flower”のカテゴリーが設けられ、オンラインから気軽にオーダーをする事ができるため、**遠隔に住む家族や友人に送るギフトとして大変人気**となっている。

近年ではソーシャルメディアの普及の影響から、フォトジェニックなアレンジメントや装飾が一般消費者の目に止まるようになり、切り花や鉢もの類を用いた装飾やイベントでの会場デコレーションなど**プロモーション目的での需要**も高まりつつある。 出典：JETROサンゼルスによる市場調査



# 購入者層・消費動向

## (1) 購入者層

- 米国における切り花の購入者の**約80%は女性**。
- 最大の購入者層は**X世代、ミレニアル世代**。  
※X世代は1965~1980年, ミレニアル世代は1981~1995年生まれ

## (2) 購入金額・頻度

○切り花の購入について、プレゼント用の方が購入金額が大きい、購入頻度は低い。

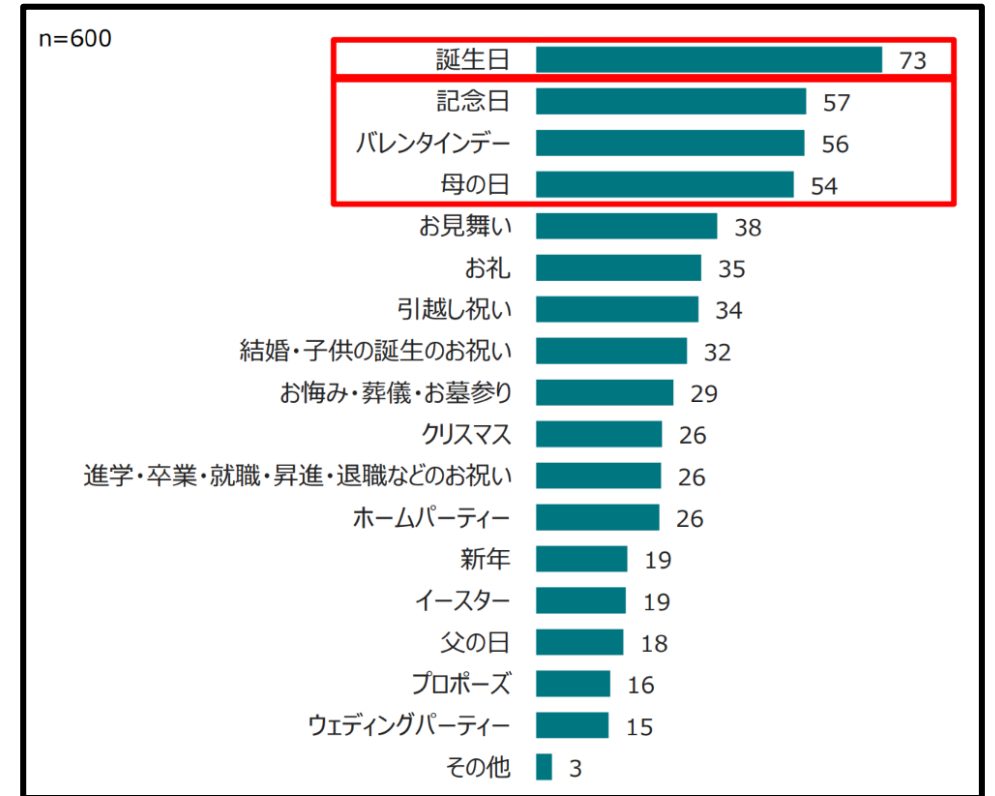
	プレゼント用	自宅用
購入金額 (平均)	\$32.4	\$29.0
購入頻度 (平均)	4.6回/月	5.5回/月
購入頻度 (中央)	1.0回/月	2.5回/月

## (4) 消費時期

**「誕生日」が7割と高く、次いで「記念日」、「バレンタインデー」、「母の日」が5割台で続く。上位はいずれも定期的なイベントであり、不定期なイベントに比べて購入率が高い。** (右図参照)

- 出典：  
 ・Consumer Trends on Buying Flowers  
<https://safnow.org/aboutflowers/about-the-flower-industry/consumer-buying-trends/>  
 ・JETROロサンゼルスによる市場調査

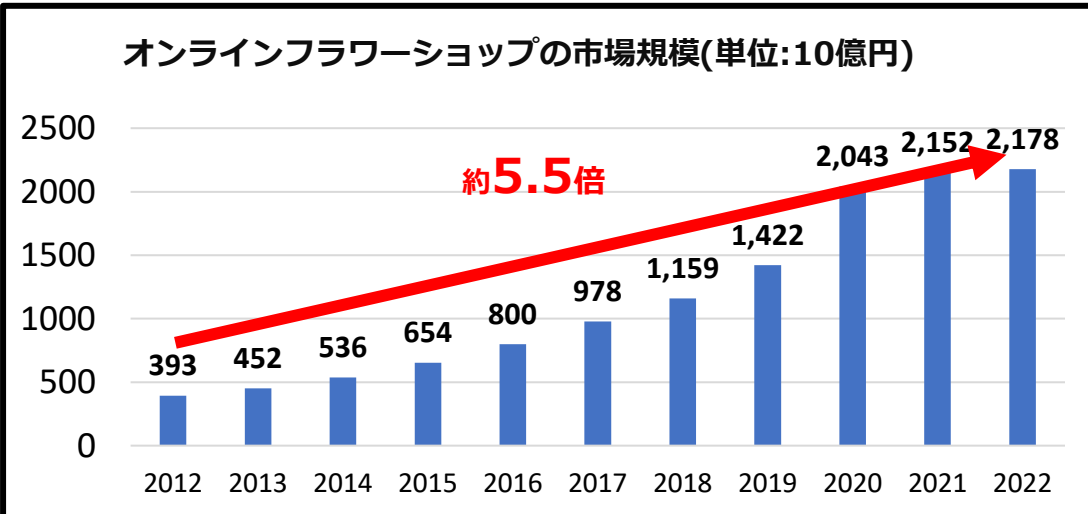
## 【切り花の購入機会について (複数回答可)】



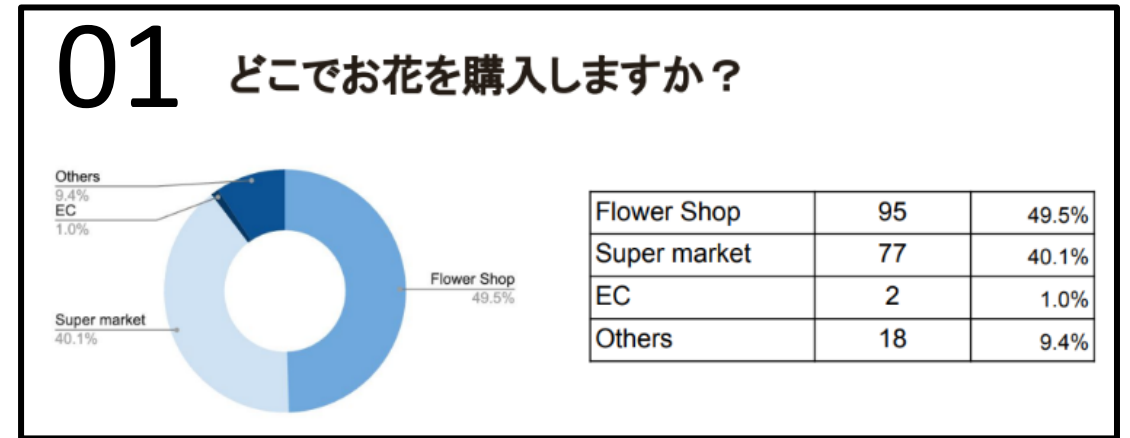
出典：(JFOODO調査資料) アジア6ヵ国・地域及び米国における農林水産物・食品8品目についての流通実態及び消費者動向  
 「2021年度農林水産物・食品8品目 流通調査：切花/中国・米国」より

# ECマース市場の拡大

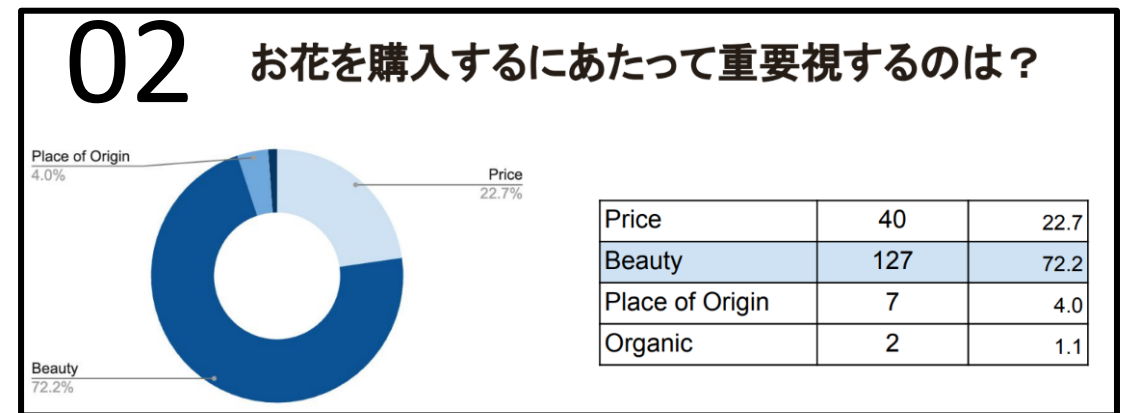
- 米国における花き類のECマース市場規模は急激に拡大しており、2012~22年までの**10年間で5倍以上**に成長した。
- 最近では、Amazon等大規模モール型マーケットに限らず、元々は飲食デリバリーサービスを展開している、Uber eats, Doordash等でも切り花を購入することが可能となっており、花き類のECマース市場拡大がみてとれる。
- 一方で、右のJETRO調査におけるアンケート結果によると、店頭での購入が約90%を占めている一方、**ECマースで購入すると答えた人は、回答者全体の1%程度**であった。このことより、実物を見て購入することを希望している層が大半を占める状況は変わっておらず、引き続き店頭販売の需要はあると推測される。



出典：IBISWorld Online Flower Shops in the US – Market Size(2004 - 2029)より筆者作成  
<https://www.ibisworld.com/industry-statistics/market-size/online-flower-shops-united-states/>



出典：JETROロサンゼルスによる市場調査



出典：JETROロサンゼルスによる市場調査

# 盆栽市場

日本の伝統芸術品に位置づけられる盆栽は、世界中で年々人気が高まっており、2031年には全世界で245.9億ドル程の巨大市場になることが予想されている。(1)

財務省「貿易統計」によると、令和5年（1月～12月）に日本から米国への盆栽の輸出額は4,789万円であり、切り花の輸出金額と比べると規模は小さい。一方で、米国での盆栽人気は年々高まっており、2030年にかけて、年**6.6%の成長率で急速に市場が拡大することが予想される**。

日本の盆栽のクオリティが高く魅力的であるという認識は、米国内でも広がる一方で、米国の輸入検疫規制が厳しく、インタビュー先の盆栽園やナーサリー（盆栽以外も取り扱う造園業）は、日本からの輸入には関心が高いものの、検疫がネックとなり米国内で採取、栽培しているという業者がほとんどのようだ。

愛好家団体や個人の愛好家のなかには「日本の盆栽」に対する関心の高い人が多く、**輸入規制というハードルさえなければ、日本から盆栽を輸入したいという声が多く聞かれる**。

米国の盆栽園やナーサリー（盆栽以外も取り扱う造園企業）は、日本からの輸入が可能であれば高品質なクロマツ、ゴヨウマツ、サツキ、シンパク、イロハモミジなど、伝統的な日本の盆栽が高く評価されると回答している。

(1) 出典：Business Research Insights：BONSAI MARKET REPORT OVETVIEW  
<https://www.businessresearchinsights.com/market-reports/bonsai-market-102568>

出典：JETROサンゼルスによる市場調査



出典：Adobe Stock

出典：財務省「貿易統計」、Data Bridge Market Research  
<https://www.databridgemarketresearch.com/reports/north-america-bonsai-market>

# ドライフラワー・ブリザードフラワーの可能性



出典：Unsplash

日本では認知されているドライフラワーだが、数年前までは米国ではまだ定着しておらず、**フレッシュな花でなければ価値がない**と感じている消費者が多くみられた。ドライフラワーを販売しているフラワーショップもあまり見られず、アジア系の小売店で稀に販売されている程度で、ホールセールでも取り扱いほとんど見られなかった。

しかし、ソーシャルメディアの普及とともに、ここ数年でドライフラワーの認知がアメリカでも広がり、現在では生花同様にドライフラワーも小売店で取り扱われるようになり、ホールセールでの**取り扱い量は以前に比べ10倍以上**となった。

ドライフラワーは**多くがオランダ産**となっており、次いでエクアドル産、コロンビア産の商品が取り扱われており、今後はドライフラワーだけでなく、ブリザードフラワーの需要も増えていくのではないかと考えられる。

出典：JETROロサンゼルスによる市場調査

# 日本産花き類の輸出状況

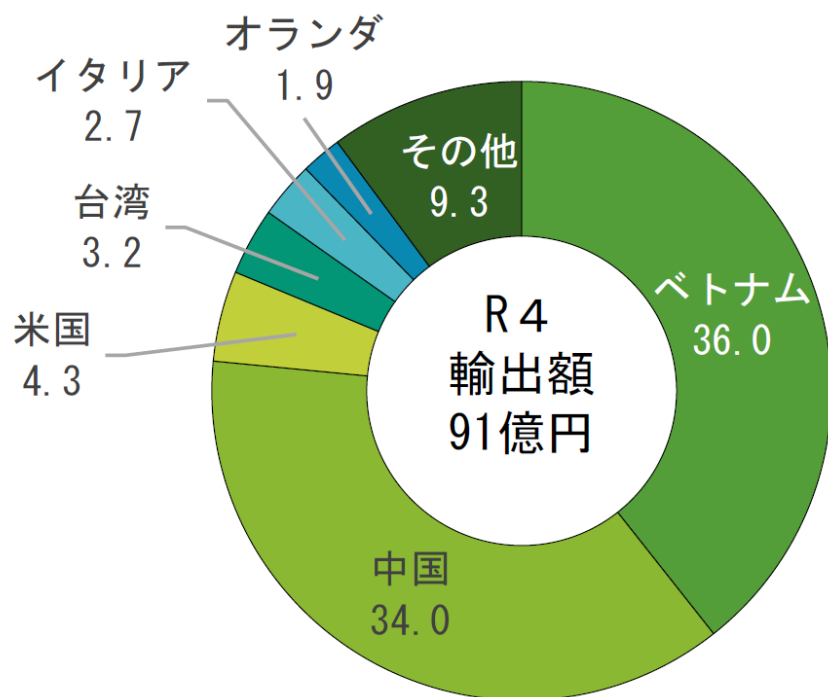
## (1) 日本産花き類の輸出状況

・日本産花き類の輸出の大半は、ベトナム、中国向けの植木や盆栽であり、二か国で日本の花き輸出額の7割以上を占める。一方、日本から米国に輸出される花き類において、その大半が切り花であり、植木や盆栽はほとんど輸出されていないのが現状である。

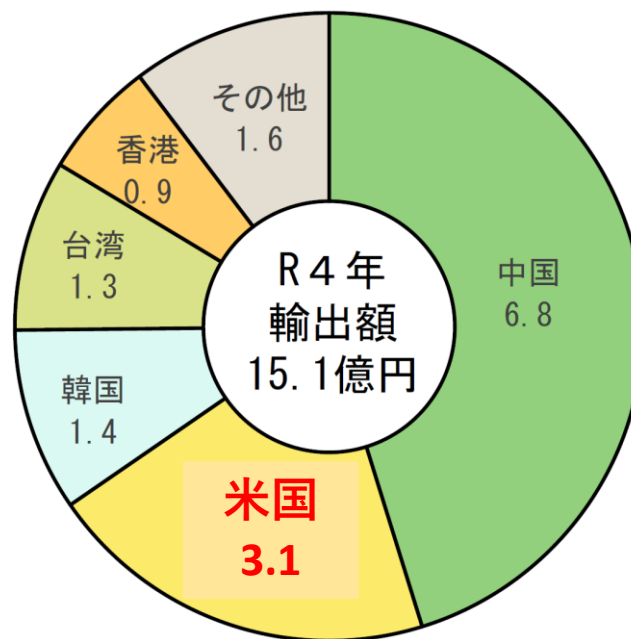
・令和4年の日本産切り花の輸出金額は15.1億円であり、全体の約20%が米国向けに輸出されている。令和4年における輸出金額は3.1億円であり、中国に次いで二番目に大きい輸出相手国となっている。また、米国向けに輸出される日本産切り花の主要な品種としては、デルフィウム、トルコキキョウ、グロリオサ、スイートピー、ランタンキュラス、トゥイーディア、スライマックスなどがある。(2)

【スイートピー】

【花き類の輸出(R4年度)】



【切り花の輸出(R4年度)】



【グロリオサ】



出典：Adobe Stock



出典：Adobe Stock

(2) 出展：JETRO調査  
 左図出典：農林水産省「花きの現状について」より引用  
<https://www.maff.go.jp/j/seisan/kaki/flower/attach/pdf/index-50.pdf>

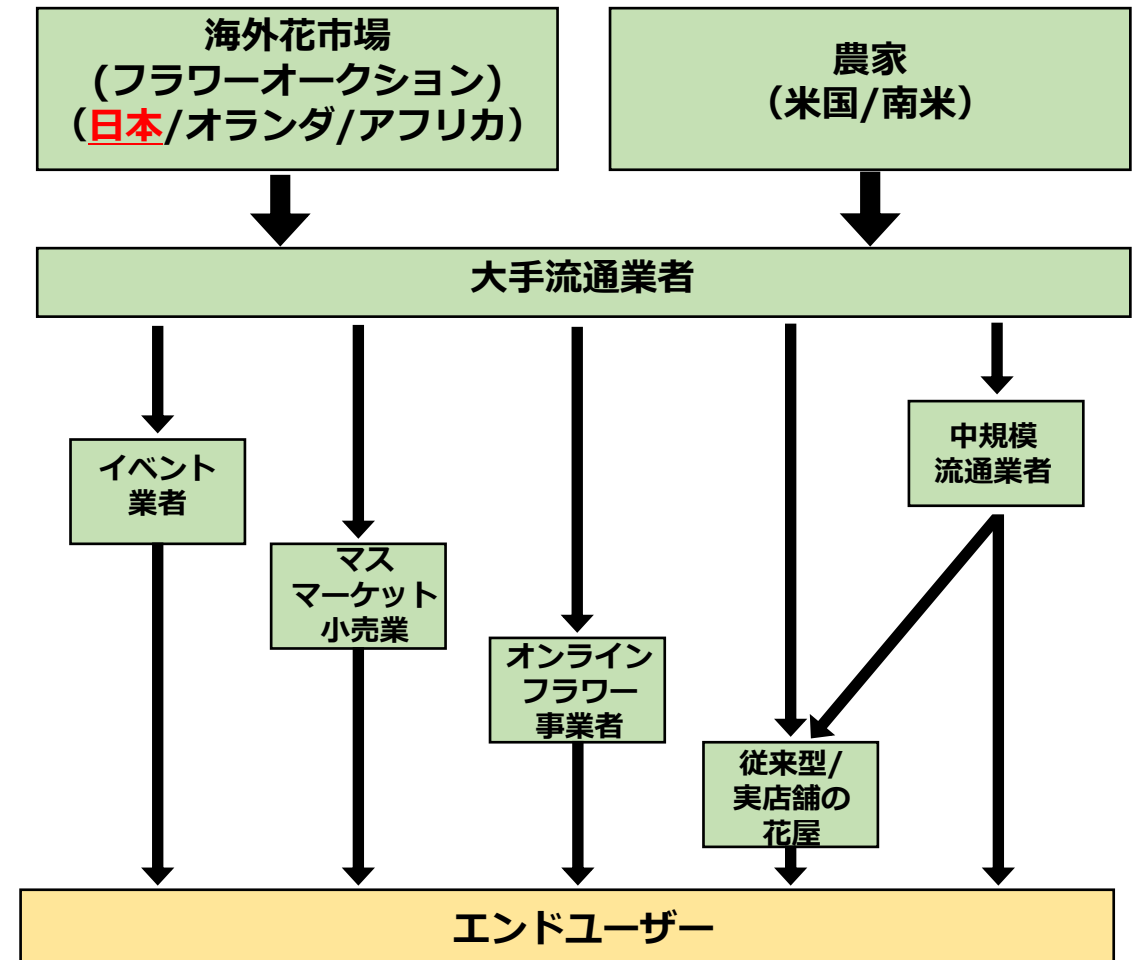
# 流通構造

米国における切り花市場では、仕出国によって流通方法が異なる。

例えば、南米産切り花の買い付けでは米国の大手流通会社が現地の農家と直接関係を持ち、そこから品種選定をしている。一方、日本やオランダ、アフリカ諸国産切り花では海外花市場（フラワーオークション）で大手流通業者が買い付けを行う。この市場は品質保証の役割も兼ねており、各国の花市場で購入された花が米国各地の空港(JFK空港(New York)、マイアミ空港、ロサンゼルス空港)に空輸され、その後小売業者を通してエンドユーザーの手に渡っていく。



## 米国における産地別切り花の流通フロー



出典：（JFOODO調査資料）アジア6カ国・地域及び米国における農林水産物・食品8品目についての流通実態及び消費者動向  
「2021年度農林水産物・食品8品目 流通調査：切花/中国・米国」を参考に筆者作成



# 米国における花き類の輸入規制

### (1) 米国農務省・動植物検査局における検疫

米国に輸入される花き類は、米国農務省の動植物検査局 (USDA APHIS) が管轄しており、**USDA APHISが輸入を許可した品目のみ米国への輸出が可能**である。米国向け輸出の最新の検疫条件は、[ACIRデータベース](#)にて確認することが出来る。

例えば、ユリ、カーネーションなどの検疫条件については、国名に日本、そして植物の種類にユリ、カーネーションと植物名を入力すると輸出国の植物検疫証明書は不要という情報を確認することが出来る。

一方で、注意が必要な一つの例として、**キク属を輸出する場合には、輸出者側で栽培園地登録／輸出事業者登録などが必要である**。登録申請は日本の植物防疫所に行い、その情報がUSDA APHISへ送られる。また、キク属は栽培園地検査などの条件を満たす必要があり、日本の植物防疫所で輸出検査を受けた後に発行される、植物検疫証明書を取得する必要がある。

出典：JETRO 日本からの輸入に関する制度 花きの輸入規制、輸入手続き  
[https://www.jetro.go.jp/world/n\\_america/us/foods/exportguide/ornamentalplant.html](https://www.jetro.go.jp/world/n_america/us/foods/exportguide/ornamentalplant.html)

### 【ACIRデータベース】

非常にシンプルな見た目で、最新の検疫条件を確認することが可能。

USDA Animal and Plant Health Inspection Services  
U.S. DEPARTMENT OF AGRICULTURE

For Official Use  
FEEDBACK | GLOSSARY | HELP | CONTACT US

Home | Facilities | Taxonomy | Treatment Manual | Plants For Planting Manual | Videos And Guides Hub | Additional Resources

Plants and Plant Products Not for Propagation

Enter Country  
Enter country here...

Commodity Common Name or Synonym of Accepted Scientific Name  
Enter common name or synonym here...

Commodity Accepted Scientific Name  
Enter commodity accepted scientific name here...

Cut Flowers

Search  
Clear

HOME | FACILITIES | TAXONOMY | TREATMENT MANUAL | PLANTS FOR PLANTING MANUAL | VIDEOS AND GUIDES HUB | ADDITIONAL RESOURCES

USDA.gov | Non-Discrimination Statement | Plain Writing  
USDA APHIS | Information Quality | USA.gov  
Accessibility Statement | Whitehouse.gov  
USDA Privacy Policy | FOIA

出典：USDA APHISの検索画面  
<https://acir.aphis.usda.gov/s/acir-global-search?category=Plants-and-Plant-Products-Not-for-Propagation>

# 米国における花き類の輸入規制

## (2) ワシントン条約関連

日本から切り花を輸出するにあたって、**実が付いているもの、およびワシントン条約（注1）（CITES）が関係するものは、輸入許可証を事前に取得する必要がある**。切花に実が付いている場合には、Form PPQ 587（植物または植物製品輸入許可申請書）を用いて輸入許可を申請する。ワシントン条約が関係する切り花を輸入する場合には、Form PPQ 621（保護されている陸上植物または植物製品の輸入、輸出または再輸出の事業を行うための保護植物許可申請書）およびForm PPQ 587を用いて輸入許可を申請する。

Form PPQ 587及びForm PPQ 621のフォーム

[https://www.aphis.usda.gov/aphis/resources/permits/sa\\_plants/ppq-epermits](https://www.aphis.usda.gov/aphis/resources/permits/sa_plants/ppq-epermits)

注1:ワシントン条約とは、輸出国と輸入国とが協力して国際取引の規制を実施することで、国際取引のための過度の利用による野生動植物種の絶滅を防止し、それらの種の保全を図ることを目的とした条約。（環境省ホームページ参照）

出典：JETRO 日本からの輸入に関する制度 花きの輸入規制、輸入手続き

[https://www.jetro.go.jp/world/n\\_america/us/foods/exportguide/ornamentalplant.html](https://www.jetro.go.jp/world/n_america/us/foods/exportguide/ornamentalplant.html)

# 米国における花き類の輸入規制

### (3) ラベル表示について

税関・国境取締局（CBP）の規制により、米国に輸入される商品には、原産国を表示することが義務づけられている。**原産国とは、その商品が製造、生産、または栽培された国のこと**。表示は、可能な限り目立つ場所に、読みやすく、消えないように、かつ恒久的に示すことが重要（合衆国法典19 U.S.C.1304および連邦規則19 CFR.134を参照）。

一方、19 CFR 134.33は、個々の原産国表示を免除する商品を列挙しており、切り花はこのリストに記載された除外品となっている。従って、**新鮮な切花が輸入される際、個別の表示は必要ない**が、通常、最終購入者に届く一番外側の容器・包装（ SHIPPINGカートン）に内容物の原産地を表示することが義務づけられている。

### (4) 販売許可手続き

米国で切り花を販売するために必要となる、連邦政府が定める免許や登録はないが、一般的に、州、地方自治体が定める免許の取得や事業の登録が必要となる。これらは、州、地方自治体が独自に定めており、業態などによって必要となる手続きは異なるます。

詳しくは、州、地方自治体のウェブサイトを確認することが出来る。

出典：JETRO 日本からの輸入に関する制度 花きの輸入規制、輸入手続き  
[https://www.jetro.go.jp/world/n\\_america/us/foods/exportguide/ornamentalplant.html](https://www.jetro.go.jp/world/n_america/us/foods/exportguide/ornamentalplant.html)

# 米国における花き類の輸入規制

## (4) 関税について

日本から米国に輸入される花き類の関税率は、以下の通り定められている。

HS(Harmonized System)コード		関税率
0601	りん茎、塊茎、塊根、球茎、冠根および根茎ならびにチコリーおよびその根	19.2 ¢ ~ \$1.44/1000 1.4~3.5%
060210	根を有しない挿穂および接ぎ穂	4.80%
060230	シャクナゲ、ツツジその他のツツジ属の植物	1.9%
060240	バラ	無税
060290	その他の生きている植物（盆栽を含む）	無税 1.4 ¢ /kg 1.4~4.8%
0603	切花および花芽(花束用または装飾用)	3.2%~6.8%

出典：JETROホームページより引用

[花きの輸入規制、輸入手続き\(米国\)|日本からの輸出に関する制度 - 農林水産物・食品 - 米国 - 北米 - 国・地域別に見る - ジェトロ \(jetro.go.jp\)](#)

出典：United States International trade commission Tariff database

<https://dataweb.usitc.gov/tariff>

※HSコード：HS条約という「商品の名称及び分類についての統一システム(Harmonized Commodity Description and Coding System)に関する国際条約」に基づいて定められたコード番号。輸入関税の産出に用いられる。

# 米国における花き類の輸入規制

### (5) その他支払う必要がある費用

#### 商業貨物税関使用料、港湾維持料

輸入者は切り花の輸入にあたって、関税だけでなく商業貨物税関使用料（Merchandise Processing Fee：MPF）を納付する必要がある。正式通関（Formal Entry）の場合、MPFは輸入申告価格（FOB価格）の0.3464%で、最低27.75ドル、最高538.40ドル。さらに、船便による輸入の場合には、輸入者は貨物価格の0.125%の港湾維持料（Harbor Maintenance Fee：HMF）を納付する必要がある。これらは米国国土安全保障省・税関・国境警備局（CBP）が徴収している。

#### 州、地方自治体へ納付する売上税

米国内では地方自治体により売上税が課される。州および郡や市の地方自治体により売上税の合計税率は異なるため、USITC、CBP、州、地方自治体のウェブサイトを確認する必要がある。



出典：AdobeStock

出典：JETROホームページより引用

[花きの輸入規制、輸入手続き\(米国\) | 日本からの輸出に関する制度 - 農林水産物・食品 - 米国 - 北米 - 国・地域別に見る - ジェトロ \(jetro.go.jp\)](#)

# 米国における花き類の輸入規制

## (6)植物検疫情報（切り花）

日本から米国向けに切り花を輸出する場合、輸送形態別に植物検疫条件が以下の通り定められている。

	航空貨物や船積貨物	手荷物や預け荷物	国際郵便（EMS）
バラ	日本での輸出検査を受けずに輸出できます。		
ユリ	日本での輸出検査を受けずに輸出できます。		
カーネーション	日本での輸出検査を受けずに輸出できます。		
キク	日本での栽培地検査及び輸出検査が必要です。		

# 米国における花き類の輸入規制

## (7) キク切り花の植物検疫規制について

花き類の中でも特に注意が必要なのは、**米国連邦規則州第7巻319.74条に関する検疫対象のキク切り花の輸入検疫令である**。キク白さび病の宿主生物として記載されている種の切り花であるため、キク切り花を輸出するためには次の対応が必要となる。

### 1. 栽培園地の登録

栽培園地は、日本の植物防疫所において登録され、米国植物防疫機関に提出されること。

### 2. 栽培園地検査の実施

登録栽培園地における、植物防疫所による栽培期間中の検査の結果、キク白さび病の発生が確認されないこと。また、必要に応じて、米国植物防疫機関による栽培園地の査察が行われる。

### 3. 輸出検査の実施

植物防疫所による輸出検査の結果、キク切り花にキク白さび病やハモグリバエなどの病害虫の付着がないこと。米国に輸出されるキク切り花には、植物防疫所が発行する植物検疫証明書を添付し、その梱包には「米国向け」との表示、および登録された栽培園地の登録番号の表示が必要。米国での輸入検査の際にキク白さび病が発見された場合は、再発防止について日米の植物防疫機関が合意するまで、当該キク切り花を生産した栽培園地からの米国向けのキク切り花の輸出は出来ない。

# 米国における花き類の輸入規制

## (8)植物検疫情報（苗・盆栽類（1））

日本から米国向けに輸出される苗・盆栽類の植物検疫条件は、以下の通り。

輸出品目	航空貨物や船積貨物	手荷物や預け荷物	国際郵便（EMS）
サクラ	<b>米国が輸入を禁止しています。</b>		
マツ	<p><b>A.ニヨウマツ及びサンヨウマツ以外のマツ属植物</b>                      米国が発給する輸入許可証の取得及び以下の検疫条件を満たした上で、日本での輸出検査が必要です。  <b>（盆栽）</b>                      【茎の直径が10mm（0.4インチ）以下のもの】                      主な条件：温室又は網室で2年以上の栽培管理、栽培地検査、土壌検診、輸出前の根回り土の除去                      【茎の直径が10mm（0.4インチ）を超えるもの】                      主な条件：温室又は網室で2年以上の栽培管理、栽培地検査、土壌検診、輸出前の根回り土の除去  <b>（植木）</b>                      【茎の直径が10mm（0.4インチ）以下のもの】                      主な条件：樹齡の制限に抵触しないこと、土壌検診、輸出前の根回り土の除去                      【茎の直径が10mm（0.4インチ）を超えるもの】                      米国が輸入を禁止しています。</p> <p><b>B.ニヨウマツ及びサンヨウマツ</b>  <b>米国が輸入を禁止しています。</b></p>		

出典：植物防疫所輸出入条件詳細情報データベース  
<https://www.maff.go.jp/pps/j/search/detail.html>



# 米国における花き類の輸入規制

## (8)植物検疫情報（苗・盆栽類（2））

輸出品目	航空貨物や船積貨物	手荷物や預け荷物	国際郵便（EMS）
ラン	米国が発給する輸入許可証の取得、日本での土壌検診及び輸出検査が必要です（輸出前の根回り土の除去）。		
ツツジ	<p>米国が発給する輸入許可証の取得及び以下の検疫条件を満たした上で、日本での輸出検査が必要です。</p> <p><b>（盆栽）</b>                      【茎の直径が10mm（0.4インチ）以下のもの】                      主な条件：温室又は網室で2年以上の栽培管理、栽培地検査、土壌検診、輸出前の根回り土の除去                      【茎の直径が10mm（0.4インチ）を超えるもの】                      主な条件：温室又は網室で2年以上の栽培管理、栽培地検査、土壌検診、輸出前の根回り土の除去</p> <p><b>（植木）</b>                      【茎の直径が10mm（0.4インチ）以下のもの】                      主な条件：樹齡の制限に抵触しないこと、土壌検診、輸出前の根回り土の除去                      【茎の直径が10mm（0.4インチ）を超えるもの】                      米国が輸入を禁止しています。</p>		

出典：植物防疫所輸出入条件詳細情報データベース  
<https://www.maff.go.jp/pps/j/search/detail.html>

# 日本産切り花の課題整理

収益性	ある一定の需要があるのは、ラン、アネモネ、スイートピーであり、マージンは高くない。 <b>花の陸揚げコストが高いため、小売業者が利益を上げにくい。</b>
品質	切り花の品質を保つため、梱包に大量のスペースを必要としている。サプライチェーンに悪影響を及ぼしうる。
現地の消費者における認知と人気	日本産の花の需要のほとんどは、イベントプランナーやデザイナーによるものであり、 <b>日本産の品種に対するエンドユーザーの需要は極めて少ない。</b>
価格競争力	南米産は全ての品種で価格競争力が強く、日本産を含むその他原産国の価格競争力は低い。
サプライヤーのマーケティング支援	卸売業者は、日本の花の業界団体や日本の生産者からの支援を受けていない。オークションで販売される商品は産地やブランドとのつながりに欠ける。現在の流通経路では、ボリュームディスカウントが出来ない。
サプライチェーンの支援	オランダのHolexや米国のiBuyFlowers.comとは異なり、 <b>卸売業者が日本産の商品を小売店に提供するオンラインチャンネルは存在しない。</b>

出典：（JFOODO調査資料）アジア6カ国・地域及び米国における農林水産物・食品8品目についての流通実態及び消費者動向  
「2021年度農林水産物・食品8品目 流通調査：切花／中国・米国」を参考に筆者作成

# 3.日本産花き類輸出促進に向けた提案

上記の通り、米国の花き類市場は巨大であり、今後も拡大が見込まれる。一方で、検疫や流通形態、認知度不足などの課題があり、いくつかのソリューションが提案される。

## ①米国内で行われる展示会やイベントへの出展

日本産花き類の認知度を拡大し、新たな商流を構築するため、花き類の展示会や見本市に出展する必要がある。

### ●World Floral Expo - 年一回のお花の展示会

<https://www.freshproduce.com/events>

### ●Catersource Mar, 2023 in Orland - 年一回行われるケータリング、イベント関係の展示会

<https://informaconnect.com/catersource-thespecialevent/>

### ●California Wedding Show & Bridal Expos - ブライダル、イベント関係の展示会

<https://localbridalexpos.com/>

### ●International Fresh Produce Association's 2023 Global Produce & Floral Show

<https://www.freshproduce.com/events>

ホールセール向けの展示会は少なく、イベントやブライダル向けのフェアが各地で年間多数行われている。出典：AdobeStock

参照：<https://www.wedding-spot.com/blog/top-bridal-expos>

# 3.日本産花き類輸出促進に向けた提案

## ②日系食品商社主催のイベントへの出展

南カリフォルニア全土から日本食レストラン関係者が集まるイベントへの出展。日本食レストランでも需要がある日本産切り花について、品質の違いや日本の文化である生け花の告知が可能。

※ソーシャルメディアのアカウントがある場合はその告知、もしくはイベントの告知に最適である。

## ③フラワーマーケットでのテスト販売

ロサンゼルス最大のフラワーマーケット「Southern California Flower Market」にてテスト販売が可能。  
ロサンゼルスで活躍をする全てのフローリストが集まる場所となるため、直接購入者へアプローチができ、フローリストからのフィードバックをダイレクトに収集することが可能。

## ④日系スーパーでのポップアップイベント

全米に所在する日系スーパーにて、日本産切り花の販売イベントの実施。各地でのイベントに合わせてアンケートを実施し各地の市場調査、日本産切花の告知を行う。  
※Mitsuwa Marketplaceであれば同社にて既に日本産切り花の取り扱い実績があり、トールンス店やアーバイン店、プレイノ店などでテスト販売を行う事が可能。

## ⑤ウエストハリウッド等での展示会開催

ウエストハリウッド等のホテルやレンタルスペースなどを活用して、日本産花き類のテストマーケティングが可能。切り花の販売だけでなく、生け花や盆栽の個展、生花に関連する商品の販売、ワークショップの実施、定期的なイベント企画など日本産花き類の告知に関するプロモーションを実施。ハイエンド層に向けてのマーケティングを行うことで、ロサンゼルスでの一定数の流通を獲得する。

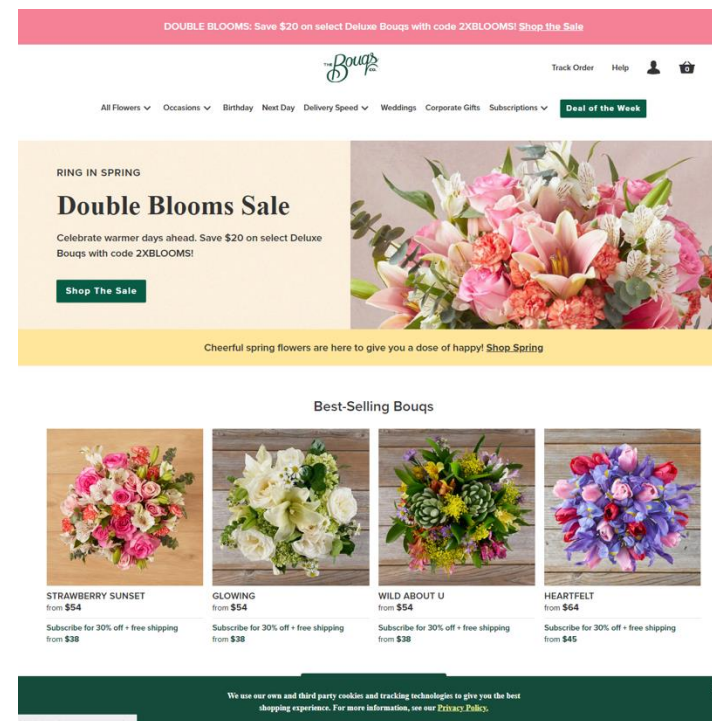
# 3.日本産花き類輸出促進に向けた提案

## 総括

展示会への出展やポップアップ販売などのオフラインと、SNS広告でのオンラインでのアプローチを同時に行う事で、短期間で効率的に認知を獲得する事ができると考えられる。また、日本産花き類は国内全土に配送する事ができる商品（生花に関する商品やプリザーブドフラワーなど）のオンライン販売を行う事で、オフラインで起こり得る搬送におけるトラブルを回避する事ができ、各地でプロモーションを行った後でも引き続き日本産の商品をアピールする事が可能となる。

米国における市場文化は、ソーシャルメディアの普及により近年、急激に変化をしている。切り花とソーシャルメディアはとても相性が良く、動画を利用する事で潜在的な顧客層までリーチが可能となるため、日本産の切り花の認知を広めるためには必ずソーシャルメディアを利用した戦略が必要。SNSとソーシャルメディアのマーケティングツールを併用して継続的に告知を行う事が重要となる。

## Forbes 2024で最も評価されたオンラインフラワーマーケットThe Bouqs co.



The Bouqs co. :

[https://bouqs.com/?gad\\_source=1&gclid=Cj0KCQjA84CvBhCaARIsAMkAvkKefNujfvwtqpx8rthEI2qZH1hKLUt7E2LOHPmmMdNmvm4R0BfKvClaAsz1EALw\\_wcB](https://bouqs.com/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjA84CvBhCaARIsAMkAvkKefNujfvwtqpx8rthEI2qZH1hKLUt7E2LOHPmmMdNmvm4R0BfKvClaAsz1EALw_wcB)

Forbes記事 : <https://www.forbes.com/sites/forbes-personal-shopper/article/best-flower-delivery-services/?sh=3e48ccce6c52>

# Tree House Bonsai（茨城県内の盆栽生産者） : Adam Jones様

### ・Tree House Bonsaiについて

当社は、西洋の盆栽愛好家に対して、日本の盆栽についてのガイド付きツアーや学習パッケージ等、幅広いサービスを提供している。従来は言語や文化のためにアクセスする事が難しかった日本の盆栽の魅力を海外に発信する第一人者となっている。また、海外に盆栽の輸出も行っており、欧米諸国を含む世界各地へ盆栽を輸出している。

### ・盆栽の輸出の現状について

年間約4,000本の盆栽を海外に輸出している。近年、輸出先としては欧州が大きな割合を占めており、特にフランスからの注文が多い。米国のみならず、ヨーロッパでも盆栽の人気は高まっていると感じる。一方で、米国への輸出はその中でたった50本程度となっている。

個人向けの輸出は行っておらず、B to Bが基本。輸出する際には土を除去してピートモス等を使用しているが、輸出準備にはテクニックが要求される。また、受け取り側（輸入側）も植え替えを行う必要があるため、盆栽が輸入後も元気でいられるかどうかは、輸入側のスキルも重要である。

### ・米国への盆栽輸出の難しさについて

米国への輸出は難しく、検疫条件が一番のネックとなっている。網室にて2年間検疫を受ける必要がある事に加え、テッポウムシ（カミキリムシの幼虫）に関する規制も厳しい。50本の輸出では採算は合わないが、一度輸出を停めてしまうと再度書類準備や施設登録を行うのに莫大な時間がかかる。検疫が緩和されることを祈りながら、来るべき日に備えて輸出できる体制は整えてある、というのが現状である。

Adam Jones様



出典：Tree House Bonsaiホームページ  
<https://treehousebonsai.com/ja>

# Tree House Bonsai : Adam Jones様

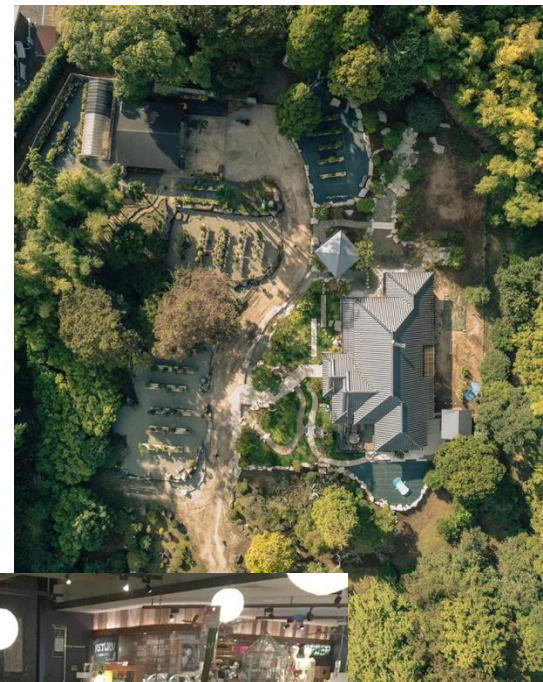
### ・日本の盆栽の魅力について

前提として、盆栽の良さはサイズではなく年齢で決まる。木が育つのに合わせて、美しく育つように根や枝葉を整えていくのが手入れであり、これには数十年単位の膨大な時間を要する。現在、欧米諸国でも盆栽人気が出てきているが、それらの国における盆栽の歴史はまだ若く、日本のように数十年をかけて盆栽に向き合う職人は育っておらず、文化としても成熟していない。木が育つ速度は変えられないという事実からも、日本が時間をかけて作り上げた技術及び文化は他国が追随する事が難しく、日本の盆栽の魅力であると考えている。

### ・Tree House Bonsaiの今後について

Tree House Bonsaiは、日本で唯一、西洋人が所有する盆栽園である。外国人にとって、日本の盆栽コミュニティに関わる事は簡単ではない。例えば、日本の盆栽職人のほとんどは高齢者であり、彼らの中に英語話者は少ない。言語でのコミュニケーションが難しいと、盆栽を学びたい外国人が日本の技術について教えるを乞うことも難しいし、関係を深める事も難しい。そこで、当社が彼らと日本の盆栽文化を繋ぐ立役者となれると考えている。

また、現在日本の盆栽が安く海外に買われている、という現状を耳にしている。これは、日本の中で盆栽職人が十分に育っていない事や、日本人が盆栽の価値を十分に理解していないことが背景にあると考える。これから日本の盆栽人気はさらに高まる事が予想される一方で、実情として、日本文化としての盆栽が流出してしまっている事実から目を背けるべきではない。こういった事実をより多くの人に知ってもらう事も、今後日本の盆栽文化を守るうえで重要だと考えている。



出典：Tree House Bonsaiホームページ  
<https://treehousebonsai.com/ja>

# Yamaguchi Bonsai Nursery (ロサンゼルス市内の盆栽生産者) : Marianne Yamaguchi様

### ・Yamaguchi Bonsai Nurseryについて

当店は、1964年に私の父によって設立され、盆栽だけでなく造園・園芸資材を西ロサンゼルス地域に供給している。盆栽という名前が付いているが、当店は総合的なガーデンセンターであり、鉢植え、陶器、彫像、ガーデンツールなどを販売している。

### ・盆栽の仕入れ方・販売方法について

初期の頃は、挿し木をして“ゼロから”盆栽を作っていた。現在は、入手可能な苗木を利用したり、米国のナーセリーから“スターター盆栽”を購入したり、中国や台湾のイチジク輸入業者から材料を購入したり、いくつかの樹種については挿し木をしたり、種から育てたり（クロマツ）、在庫に加えるために樹勢がある樹木を購入したりしている。当店はかなり小さいので、店頭での販売のみとなり、出荷やオンラインでの盆栽販売には対応していない。

### ・米国で人気の盆栽の種類について

シンパク（紀州、糸魚川、カリフ、プロカンベンス・ナナ、フォエミナ）を中心に販売している。また、クロマツ、三叉カエデ、イロハモミジ、フィカスなどの熱帯樹種や、落葉樹も取り扱っています。**シロマツ、モミジ、サツキなど、米国では非常に人気のある盆栽種の多くは、カリフォルニア州南部では栽培が難しい。**また、非常に人気があるが、どちらかというニッチな市場であるのがヤマドリ盆栽である。

### ・日本の盆栽は規制が緩和されれば米国でもっと人気が出ると思うか

日本産盆栽の輸入がもっと簡単になれば、米国は日本産盆栽にとって大きな市場となると考えている。



出典：Yamaguchi Bonsai Nursery Website  
<https://yamaguchinursery.com/>



# Mitsuko Floral (カリフォルニア州のフラワーデザイナー) : Mitsuko Osuga様 ①

### ・今までの経歴について

カリフォルニア州トランス市でブライダルをメインにフラワーデザイナーをしている。元々お花屋さんをカリフォルニアで15年ほど営んでおり、その後、イベントのフラワーデザインに特化して12年になる。

### ・花の仕入れ方について

花の購入のため、朝はほぼ毎日フラワーマーケットに行く。LAでは、**南カリフォルニアフラワーマーケットとLAフローラルマーケットという二大マーケット**がある。そこではたくさんのお店さんがお店を構えており、**その中でも4つの大手の間屋さん (Holland, Fleurametz, Milano, Mayesh) をよく使う**。南米のお花やヨーロッパのお花、日本のお花等ほとんどをそれらの間屋さん経由で買うが、間屋さんによって得意な (クオリティが高い) 花が異なるため、買う花によって仕入れを変えている。

### ・米国における日本の花の評価について

日本のお花はクオリティがとても高い。花の頭が大きく華やかだったり、新鮮であれば二週間くらいもつ。**特にスイートピー、ラナンキュラス、トルコギキョウは非常にレベルが高い**。値段としては**ローカル品の3倍程度の値段**だが、それでも人気があり、買っていくお客様は十分にいる。

Mitsuko Osuga様



日本のお花を活用した  
フラワーアレンジメントの例



出典：いずれもMitsuko Floral 提供

## Mitsuko Floral : Mitsuko Osuga様 ②

### ・日本のお花の使い方について

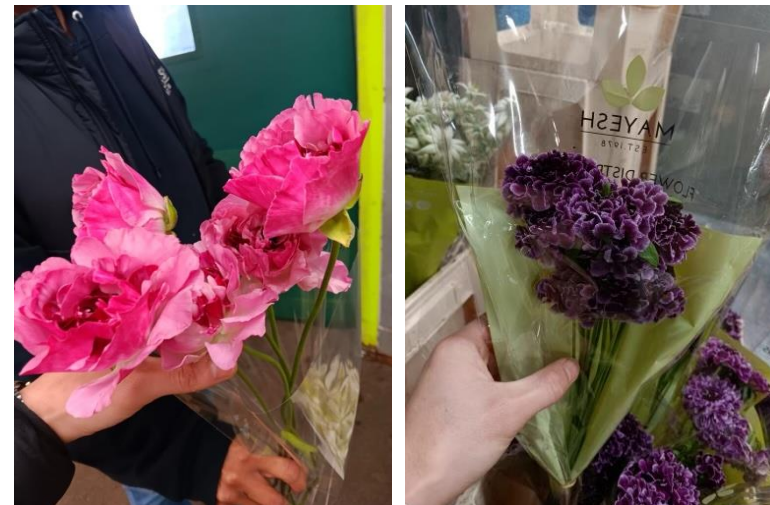
一つのアレンジメントに使用するすべての花を日本産でまかう事は、値段が高くなりすぎてしまうためほとんどない。**日本のお花は本数が少なくても十分に華やかさを与えてくれる**ため、日本のお花をメインとしつつ、サブ素材に比較的値段の安いを活用することで、お客様の予算に合ったデザインが可能になっている。

### ・米国での日本のお花の今後の展望について

**日本のお花の一番の課題は値段が高いこと**であり、背景として中間業者の存在があると考える。

例えば、先ほど紹介したFleurametz社はオランダの会社だが、私のところには**毎週オランダからからお花のリストが直接メールで届く**。そこから注文を入れると、数日後にLA付近の倉庫で受け取れるような仕組みとなっている。この場合、**仲買人がいないのでマージンがかからず、地元産のお花とあまり変わらない値段で購入する事が出来る**。フロリストはたくさんのお花を利用するため、彼らに日本のお花を使ってもらうには、価格競争力の向上が非常に重要だと考える。

上記を実際に達成するためには、まずは日本の花き類業者が直接お花を米国に持ってきて、問屋さんに直談判できるようになるのが良い。花のディテールはパンフレットや写真では伝わらない。**日本の業者が米国にやってきて直接お花を見せてその良さをアピールする事で、引き合いの可能性が出てくるのではないかと思う**。



出典：いずれもMitsuko Floral 提供

# おわりに

本レポートでは、米国市場における日本産花き類の現状と潜在的な機会について詳しく検討した。市場規模、消費傾向、流通構造、および規制環境の包括的な分析を行い、日本産花き類が米国市場で直面している課題と可能性を明らかにした。

日本産花き類が米国市場での存在感を強化するためには、検疫問題の克服、マーケティング戦略の強化、および流通チャネルの拡大等、乗り越えるべき様々な壁が存在する。一方で、事業者インタビュー等に基づくと、日本産花き類の価値は認められており、今後の取り組み次第で輸出拡大は十分可能であるだろう。

このレポートが、日本産花き類の輸出促進に関わる全ての関係者にとって有益なレポートとなることを願っている。

米国輸出支援プラットフォーム