別添2

別記様式３（第７関係）
「輸出に取り組む事業者向け対策事業」に係る事業成果の報告について

３ 活動内容

１．ジャパン・ブランドの確立に向けた取組

（１） 国内検討会の開催

①目的（検討テーマ等）

日本で育種・生産された花きは、国際的な品種コンテスト等で高く評価されているが、日本産花きの海外への輸出量はまだまだ小さく産地としての認知度が極めて低い状況にある。
したがって、多様で高品質な日本産花きを海外の花き業界関係者へ効果的にＰＲするため、日本産花きを証明する統一ロゴマーク及び海外輸出を目指す産地及び品目・品種の紹介データ等を検討し、統一ロゴマークの使用基準や産地及び品目・品種の表示基準を定めると共に統一ロゴマークの企画作成並びに産地及び品目・品種の紹介データの収集整備を実施する。

また、日本の花き生産者は、これまで国内市場にて有利に販売することを目的に生産・出荷計画を立ててきた。今後、海外への輸出を目指す産地や生産者も見込まれるので、日本産花きの輸出に関心のある生産者、個人育種家等に対する普及啓発を行い、多様で高品質な日本産花きの産地や生産者が主体的に流通業者や種苗会社と連携を強化し、日本産花きの輸出（種苗等知財輸出を含む。）に取組む生産・流通体制を強化する。

②関係事業者等を参加者とする検討会の開催

国産花き輸出促進検討会

○第一回

日時：平成28年7月15日(金)　16：00～17：30
場所：一般財団法人花普及センター　5階会議室
出席者　（順不同）
　　牛久保茂　　(株)なにわ花いちば　営業部課長
　　松井聡子　　（株）大田花き 営業本部ユニークグローバル室
　　佐無田仁　　（株）フラワーオークションジャパン　常務取締役
　　堀江素子　（株）フラワーオークションジャパン　ビジネス開発室次長
　　川合夏海　　豊明花き㈱　販売本部販売部国際取引課
　　田畑好信　　大宮盆栽協同組合／大宮盆栽村　主任
　　望月祐志　　(株)オークネット・アグリビジネス　花き事業部
（事務局）
　　西岸芳雄　　事務局長
　　鹿子木慶一　　企画調査部長
　　斎藤健一　　企画調査部調査役
内容　海外プロモーションの手法について

別添2

（１）協議会ロゴマーク導入について
製作に係る費用の工面が今年度は出来ないため、導入時の運用方法や運用について意見を交換した。
（２）ホームページ、Face book内容について検討
開催する海外PRイベントについてその参加会員が伝えたい情報や内容をアップデイト出来るような仕組みを目指すことに。
（３）海外向けPR用のHP掲載する花材の品目や品種の候補の検討
開催するイベントで実際に使用する花材を写して画像やデータ化することに。
上記（２）（３）を受けて8月以降にその作業に取り掛かることになった。
平成29年度中の完成を目指して、今期中にそのテスト版まで仕上げる予定。
（４）海外イベント時のフラワーデザイナー、デモンストレーターについて
意見交換
過去に出演したデザイナーのリストを配布。今後イベントに相応しいデザイナーの選定の基準作りについてヒヤリング。ＰＲイベントでは様々なデザイナーの方に、また若手を中心に実施してゆきたい意向が寄せられた。

○第二回

日時：平成28年9月2日(金)　13：30～16：30
場所：中央区総合スポーツセンター　第二会議室
出席者　（順不同）
牛久保茂　(株)なにわ花いちば　営業部課長
松井聡子　（株）大田花き 営業本部ユニークグローバル室
望月祐志　(株)オークネット・アグリビジネス　花き事業部
佐々木北斗　豊明花き㈱　販売本部販売部国際取引課
堀江素子　（株）フラワーオークションジャパン　ビジネス開発室次長
小塚和幸　東京フラワーポート㈱執行役　（ 事
（事務局）
西岸芳雄　事務局長
鹿子木慶一　企画調査部長
斎藤健一　企画調査部調査役
内容

（１） 会員数の拡大、輸出者数の増加に向けて
IFEXや関東東海花博覧会等実施している協議会の事業報告会ではこれまでは輸出する市場関係会社からの説明や講演が多かったが、こんごは生産関係からの視点から現状を報告し共感をえられるような内容にしていくことになった。
（２）「海外PRイベント」以外の今後注力すべき取り組みについて意見交換
商売上の課題や民間的な課題に取り組むより、輸出国側へ国レベルに近い“官的”な課題について取り組むようにしてほしいという意見が寄せられた。
輸出国側の植物検疫制度や現状について調べる調査事業の展開、また貿易保険について協議会として導入を検討してみてはとの提案もあった。
（３）日本産花き輸出促進緊急対策事業（28年度補正予算）に関して
補正案に取り入れらた花き輸出資材標準化検討、統一出荷箱作成に合わせて、当協議会のロゴマーク作成を合わせて検討してゆける可能性があることを伝えた。

別添2

③産地等での意見交換・集約に係る検討会の開催

日本の花き生産者は、これまで国内市場にて有利に販売することを目的に生産・出荷計画を立ててきたが、今後、海外への輸出を目指す産地や生産者を育成強化することが重要である。しかしながら、一般に経営規模が零細であり、個別で新たに輸出ルートを開発することが極めて難しい。加えて、鉢物、植木等の植物検疫上、輸出が大変難しい国も多い。

このため、全国花き輸出拡大協議会では、平成１９年度に設立以来、会員企業・団体の輸出重点国における検疫や輸出課題の現状を共有するとともに、環境改善に向けた取り組みにも反映させてきた。また、会員企業・団体と全国各地の産地や生産者等の情報交換や連携強化の機会を提供し、オールジャパンでの日本産花きの輸出拡大体制を強化してきた。更に、種苗（種子やメリクロン苗）や育成者権による知財輸出の可能性を見据えて、植物品種保護制度の最新情報や知財輸出の事例等の紹介を行い、種苗会社と個人育種家等との連携により知財輸出も推進してきた。

このような中、平成２８年度では、夏期における有力な花き産地である長野県の生産者等が主体となって実行委員会を組織し、関東・東北地域を始め、輸出の可能性の高いトルコギキョウやリンドウ等の産地に呼びかけて、国産花きの魅力や可能性を国内外へと発信する「国際フラワーフォーラム２０１６」（7月7日～9日）を開催したので、このイベントと連携して、当協議会が主催する花き輸出促進セミナーを７月９日に開催した。

＜「国際フラワーフォーラム２０１６」の花き輸出促進セミナー＞

ア　開催日場所
平成２８年７月９日（土）　長野県松本市　キッセイ文化ホール　会議室

イ　対象者・参加人数　８２名

ウ　検討方法・内容
・日本産花きの海外輸出への取り組みに関する事例の講演と生産者等の意見交換会
全国花き輸出拡大協議会発足の経緯協議会の新たな課題への取り組み
全国花き輸出拡大協議会　事務局長　西岸芳雄

・「安代りんどう」産地による輸出の取組
一般社団法人安代リンドウ開発　所長　日影孝志

・なにわ花いちばの輸出の取組事例
株式会社なにわ花いちば　営業部　課長　牛久保　茂

・豊明花きの輸出への取り組みについて
豊明花き株式会社　国際取引課　係長　佐々木北斗

・参加者との意見交換会
座長：　豊明花き株式会社　代表取締役　福永哲也
講演では、日本で最初にリンドウの輸出に先駆的に取り組んできた岩手県の安代の大変苦労されたとりくみ事例と、最近の卸会社を主体とした切り花や鉢物の輸出の実践事例の紹介があるとともに、意見交換会では、当協議会が取り組んだロシアへの海外輸出ＰＲ活動を参加した生産者等からの積極的に輸出に取り組みたいとの発言もあり、今後、日本産花きの輸出の可能性が高いこと、産地と卸・仲卸会社等の連携により効果的に輸出促進を図ることが参加者の総意として確認された。

別添2

（写真）花き輸出促進セミナーにおける参加者との意見交換会の状況

別添2

④　報告会の開催

今年度は、昨年度同様、花き業界関係者の多数参加する春と秋の業界イベントに合わせて2回の報告会を開催した。主として、輸出に取り組む生産者（協議会会員）の講演により、海外での日本産品のＰＲの取組み事例を紹介し、輸出への関心を高め、オールジャパンでの輸出促進体制の強化を図った。

１）秋の活動報告会　～オールジャパンで日本産花き植物の輸出に取り組む～

ア　開催日・場所
10月13日（木）幕張メッセ　ＩＦＥＸ会場　3ホール　多目的室
全国の花き関係者が多く参加する国際フラワーＥＸＰＯと連携して開催
イ　対象者
これから輸出に取り組みたい生産者、団体
日本産花き植物の輸出に関心のある生産者、団体
ウ　参加人数　22名
ウ　内容
○協議会の取り組みについての紹介　事務局
○実施した最近の海外PRイベントの状況について
・ロシア　モスクワ 2016年2月実施　　日本産花き総合展示・セミナー
講演者　㈱フラワー・スピリット（ラナンキュラス、リシアンサス他生産）
代表取締役　上條信太郎　氏
・シンガポール　シンガポールフラワーフェスティバル　2016年7月実施
講演者　一般社団法人安代リンドウ開発　専門指導員　小笠原文男　氏
○花き輸出の最近の傾向と見通しについて　事務局

２）春の活動報告会　～オールジャパンで日本産花き植物の輸出に取り組む～

ア　開催日・場所
2月3日（金）東京都豊島区サンシャイン文化会館　会議室709号室
全国の花き関係者が多く参加する国際フラワーＥＸＰＯと連携して開催
イ　対象者
これから輸出に取り組みたい生産者、団体
日本産花き植物の輸出に関心のある生産者、団体
ウ　参加人数　23名
ウ　内容
○協議会の取り組みについての紹介　事務局
○実施した最近の海外PRイベントの状況について
・中国　杭州テクノパークでの日本産花き展示会　2016年11月実施
及び㈱東日本板橋花き花き輸出への取り組みについて
講演者　株式会社東日本板橋花き　常務取締役　樋口博紀　氏
・調査事業　オーストラリア調査　2016年6月＆11月実施
オースラリアにおける切り花輸出の課題と可能性
講演者　株式会社東日本板橋花き　常務取締役　樋口博紀　氏
○その他報告　オランダアールスメア日本産切り花日持ち試験経過報告　事務局
○花き輸出の最近の傾向と見通しについて　事務局
○全国花き輸出拡大協議会　セミナー＆輸出相談会

別添2

（２）　海外マーケットの調査

（２）－１　オーストラリアにおける日本産花きの植物検疫・市場動向調査

①目的

日本産花きの輸出可能性に調査すること

②実施体制

・第1回目
日　程：平成28年6月26日～７月２日
参加者：鶴見花き　　2名
　　東京フラワーポート　　1名
　　海下展也（コーディネーター）
　　事務局　　1名
調査先：シドニー、メルボルン

・第2回目
日　程：平成28年11月30日～12月６日
参加者：鶴見花き　　2名
　　東京フラワーポート　　1名
　　海下展也（コーディネーター）
　　事務局　　1名
　　農研機構　　1名
調査先：シドニー、メルボルン

〈第1回目調査概要〉　詳細内容は別途オーストラリア報告書を参照ください

※第1回目の調査方法は、事前に現物サンプルを輸出し、訪問する仲卸や小売店等に持ち込みヒアリングの際にその場で評価してもらう形式を取ることとした。また、持ち込めなかった品目および品種については、画像を準備し、タブレットで提示しながら現物サンプル同様評価を得ることとした。
※調査先の名称については卸・仲卸やスーパーマーケットのみを具体名表記とした。

６月２７日（月）第１日目・シドニー
◎　シドニー市内東地区調査
①　Ａ生花店

閑静な住宅地の一角に立地

別添2

②　ウールワース（スーパー）
　加工済みの単品束、ブーケを中心に販売。ヨーロッパやアメリカの同様の業態とほぼ同じ。無人のため、食品等のレジにて精算し購入する形式。

③　コールズ（スーパー）
上記のウールワース同様無人の陳列でセルフ選択・後精算方式。
束に添付されている後処理剤を使用すると約1週間で開花するとのこと。
④　Ｂ生花店（支店）
　ショッピングモール内にある店舗を訪問。生花の他にシルクフラワー、プリザーブドフラワーの取り扱いがある。

６月２８日（火）第２日目・シドニー
◎　シドニー市内西地区調査
①　リンチグループ
　シドニーではトップの取扱いを誇る輸入商社であり、また、オーストラリアの主要都市やシドニー市内の生花店への卸業務も行う企業。

②　Ｄ生花店
　シドニー中心部からやや西に行った地域に立地する。
このお店もイベントではなく、ギフトやホームユースが主体。陳列していたワインはギフトでの需要が多く、花と一緒に送られるのだそう。

③　Ｂ生花店（本店）
　生花店の他にフロリストを目指す人たち向けのスクールも経営。シドニー市内には本店含め６店舗を展開。14時までに受けたオーダーは、当日中に配達するというサービスを実施しているという。

６月２９日（水）第３日目・シドニー
◎　シドニー市内中心地区調査
④　Ｅ生花店

◎　植物検疫所訪問
対応者：オーストラリア農業・水資源省
農業局植物輸入事業部長
植物検疫事業部植物課上席政策技術員

内容
豪州への輸出に関しては３つの措置がある。
①　増殖可能なものの許可品目
②　増殖不可能な者の許可品目
③　それ以外の輸入禁止品目

の３つである。

①は輸入する際にDevitalization（不活性化処理）を行なうというもの。具体的にはGlyphosate等の除草剤に切り口を20分浸し、その処理を行なった旨の書類を添付し検疫の申請をしなければならない。
②に関しては通常の輸出と同様病虫害さえ認められなければ特別な処理の必要はない。
③は輸入自体が禁止されており、これを許可品目等に加えることは簡単ではないため、我々としても働きかけの優先順位は低い。検疫を通過しても基本的には全量燻蒸処理が行なわれるため薬剤処理に強い品目を選ぶことも必要になってくる。

こうした手続きや処理を経て初めて豪州内の実需者に渡すことができるのである。しかしこれを高いハードルと見るか否かは、実需側で求める品目を供給できるかどうかによるところが大きく、限られた品目であっても需要の高いものであれば十分にリスクを軽減しながら取引につなげることが可能である。

６月３０日（木）第４日目・メルボルン
◎　メルボルン市内調査
①　メルボルン花市場

店頭に並ぶ世界から輸入された花

②　ワフェックス（メルボルン支店）
ワフェックスの本社はパースにあるが、この施設は、輸入された花をオーストラリア全土に配送するための倉庫である。倉庫全体はもちろん温度帯の違う大きな保管用冷蔵庫があり、受注したものを毎日出荷できる体制が整備されていた。

7月１日（金）第５日目・メルボルン
キューネ・アンド・ナーゲル
世界的な航空・海上輸送会社の一つ。オーストラリアに輸入される花の通関・配送業務を請け負う。敷地内に検疫施設を持ち、輸出をする場合は検疫の検査資格を持つ社員が代行している（残念ながら輸入の場合は代行不可とのこと）。現状日本からの出荷数量はほぼ無いに等しく、こうした大きな輸送会社を使うメリットはないが、今後の取引拡大を目指す上で、こうした動きをする団体が日本にいるという事実を見せるために訪問。

<第2回目調査概要>

※第2回目となる今回の調査方法は、６月に訪問した先の中で購買力や企画力のある生花店において店頭で展示をしてもらい、実需者や消費者にＰＲする方法を取った。
花材は我々が現地入りするよりも早い11月28日（月）から29日（火）には到着することとなっている。品目はグロリオサ、リシアンサス、ラナンキュラス、スイートピー、オキシペタラムの５つ。

１２月１日（木）第１日目・メルボルン
◎　Ｇ生花店（展示会場）
パーティでのセレモニーとして、オーナーの挨拶のほか、来賓として来場されたNational Gallery of Victoriaのトニー氏からもお祝いの挨拶があり、さらに来場は叶わなかったものの、在メルボルン日本総領事館の羽田恵子総領事からのお祝いの言葉も披露され、パーティを大いに盛り上げた。

別添2

１２月２日（金）第２日目・メルボルン
◎　ワフェックス（展示会場）
２日の早朝からリパック等を行うウェアハウスを訪問し、今後の販売促進について、意見交換を実施。

「現地の季節が春から夏にかけては、安価な花材が豊富にあり、日本産の花きは価格面で取扱いが難しい。秋から冬になる２月後半から５月が良いのではないか。それに加え６月から７月も可能性としてはある。豪州国内産と欧州、アフリカ等からの輸入切花が減少する時期に、価格でなく品質（花持ち＋長さ・大きさ）で勝負できる花がほしい。」との意見。

１２月３日（土）第３日目・シドニー
◎　Ｅ生花店（展示会場）

※１２月４日（日）は、市場や花店の殆どが休業のため訪問先はなし。

１２月５日（月）第５日目・シドニー
◎　シドニー花市場
①　ハリーズホールセールナーセリー
②　Ｔ＆Ｇフラワーズ
③　ミレトフラワーズ
④　バガラブラザーズ

別添2

◎　Ｂ生花店（展示会場）

目を引く場所に置いてくれた展示品
ボードには「コンニチワ！」の記載も非常にキレイに陳列されている店舗内

《総括》

これまで世界的な消費の市場としてはオランダを中心とするヨーロッパ、アメリカ・カナダの北米、そしてこれまでは日本が先導し中国・シンガポールが急伸しているアジアとこれら北半球の３つの地域が主であった。今回、南半球では最大そして経済的・文化的観点から見ても先進国といえるオーストラリアの花き産業及び花き市場を調査した結果、これまでの理解を大きく変えられることとなった。
花きの輸出が盛んなオランダや元から輸出ありきで生産地の整備をしてきたケニア、マレーシア、コロンビア等の供給基地からすれば、オーストラリアは地理的に遠く離れた地域であったはずだが、物流網の整備と輸送技術の革新的な進化により、距離的問題は消えてしまった。加えてイギリスの統治時代からヨーロッパの文化が根付いており、欧米と同水準の文化活動が行われている背景がある。

２回の調査を通じて分かったことを簡単にまとめてしまえば、花きの市場としてやはり魅力がある国であるということ。そしてクリアすべきことは運送コスト、通関・検疫コストの軽減、中間流通業者介在の意義、そして最大の課題とも言うべき検疫条件の緩和もしくは輸入許可品目の拡大ということである。
他の国から輸入される花に比べ、高品質な日本産花きはその分価格も高くなってしまっているが、花そのものの価値をキチンと把握したうえで購入の意志が明確にあると感じた。
また、通関・検疫の実務は、第1回目に訪問した豪州植物検疫所担当者との事前のやり取りを経て非常にスムーズにいった。

前回調査で判明したことだが、次年度以降に豪州への調査もしくはＰＲ事業に関する予算獲得に向け申請を提出する会員企業があると思うが、輸出する際には継続的に供給可能な体制を整備することが重要になってくる。需要の高い品目を中心とした品揃えと、それらを輸出する際の豪州側の検疫に対する処置、手続き等を十分に理解し日本産花きの輸出拡大に繋げてもらいたい。

別添2

（２）－２　ベトナムにおける日本産花き流通販売市場調査

①調査目的

近年経済発展が進むベトナムは、アジア諸国の中でもかねてより花きの消費が盛んな国として知られている。特に、テト正月（旧正月）の花き消費の活況ぶりはよく知られている。また、普段から花を贈り合う風習も定着しており、花に対する意識が高い国と言える。一方、植木類に目を転じてみれば、日本から多くの輸出がなされている。魅力的な花きのマーケットを有する同国は、花きの生産・輸出国でも知られており、キク類を中心に、日本を始め世界各国へ輸出がされていることについては、日本国内でも数多くの情報を得ることができる。現状、日本からベトナムへの切花の輸出額は2016年で87.4万円とほとんど輸出の実態がない状況にある。今後、同国を日本産花きの輸出国として、その可能性を検討するためには、国内の花き消費マーケットのうち、高級花きのマーケットがどの程度あり、実態はどのようであるかについて調査する必要があるが、既存の情報は古く、不足しているのが現状である。

所得水準の統計を見る限りでは、1960年代後半の日本の経済社会環境に近く、その後の日本が経済発展とともに花きを楽しむ文化が醸成され、花き消費の成長期を迎えたことを考えると、ベトナムでは、花きの消費マーケットの導入期から成長期を迎える手前の時期であると推測され、参入時期として適期であると考えられる。さらに、植木類については、日本からの輸出が2012年の43.0億円をピークに2015年は8.5億円と輸出額が大きく減少したが、2016年には13.6億円に転じ、前年より5億円回復している。これらベトナム向けの植木類の輸出については、第三国への中継地として輸入されていたという植木産地や輸出事業者からの情報を耳にするが、昨今の経済発展や不動産開発ブームを背景にベトナムの国内需要が喚起されているのではないかという情報もある。

そこで、当該調査は近年、ベトナムの花きマーケットで起こっている事象を把握し、日本産花きの輸出促進の可能性について調査、検討するものとして、実施した。なお、切花については、生鮮品を調査対象とした。（切花の加工品は調査対象から除く）

②実施内容

Ⅰ．調査概要　詳細内容は別途、ベトナムにおける市場調査の報告書を参照ください

＜実施スケジュール＞

第1回　切花（ハノイ、ダラット、ホーチミン）、植木類（ホーチミン）の現地調査
日程　　：平成28年11月6日～11日
参加者　：幹事会員　株式会社オークネット・アグリビジネス　1名
　　：参加会員　千葉県植木生産組合連合会 輸出入部会　1名
　　：事務局　　一般財団法人日本花普及センター　　1名

第2回　切花（ハノイ、ダラット、ホーチミン）のテストマーケティングの現地調査
日程　　：平成29年2月20日～25日
参加者　：幹事会員　株式会社オークネット・アグリビジネス　2名

第3回　植木類（ハノイ、ハイフォン、ナムディン）の現地調査
日程　　：平成29年3月22日～25日
参加者　：幹事会員　株式会社オークネット・アグリビジネス　1名
　　：事務局　　一般財団法人日本花普及センター　　1名

別添2

Ⅱ．調査方法

当該調査の実施に当たっては、国内外で定量、及び定性情報を収集するとともに、現地の外部環境分析を実施した。次いで、この結果をもとに、日本産花きの輸出に適したセグメント、及びターゲットを選定し絞り込みを行った。さらに、同カテゴリーでの花きマーケットを検証するため、現地でヒアリング調査を実施し、具体的な輸出に必要とされる方策を検討した。
なお、あわせて日本産花きのテストマーケティングを実施し、より具体的な検証を行った。

＜ヒアリング調査＞

第1回 現地ヒアリング実施スケジュール（２０１６年１１月７日～１１日）

ベトナム国内の切花の流通販売に関する基礎情報を得るためにホーチミン・ハノイにて、切花の輸入、生花の卸・小売業者を訪問し、現地調査を実施した。
また、ベトナム国内における日本産の植木類の需要に関する情報を得るため、ホーチミンにて植木類の輸入、卸・販売業者を訪問し、現地調査を実施した。

2016.11.07
①A社
（ホーチミンの大手植木類輸入・卸業者。日本庭園のテーマパークを運営。）
②B店
（ホーチミンの切花輸入・生花小売店）

2016.11.08
③C社
（ホーチミンの植木類の卸・小売業者）
④D社
（ホーチミンの大手植木類輸入・卸業者）

2016.11.09
⑤E社
（ベトナムの切花生産、生花の卸・小売企業。ハノイの卸販売拠点）
⑥F店
（ハノイの切花輸入業者、高級生花小売店）
⑦G店
（ハノイの生花小売店）

2016.11.10
⑧H社
（ベトナムの切花生産、生花の卸・小売企業。ダラットの海外輸入担当セクション）
⑨I社
（ダラットのラン苗の輸入・卸業者）

2016.11.11
⑩Ho Thi Ky 花市場
（ホーチミンにある花市場）
⑪K社
（ベトナムの切花生産、生花の卸・小売企業。ホーチミンの卸販売拠点）

別添2

第２回 現地ヒアリング実施スケジュール（２０１７年２月２１日～２４日）

ベトナム国内における日本産の切花の需要に関する情報を得るためにホーチミン・ハノイの輸入、卸・小売業者に対して、日本産の切花のテスト輸送と市場調査を実施し、その評価、反応について、現地での追跡調査を実施した。

2017.02.21
⑫L店
（ホーチミンの高級生花小売店）
⑬M店
（ホーチミンのネット系の生花小売店、婚礼装飾業者）

2017.02.22
⑭N店
（ハノイの切花輸入業者・高級生花小売店）
⑮O店
（ハノイの中間層向けギフト系生花小売店）
⑯P店
（ハノイの法人向けギフト生花小売店）

2017.02.23
⑰Q社
（ベトナムの切花生産・卸・小売企業。 ダラットの海外輸入担当セクション）

2017.02.24
⑱R店
（ホーチミンの高級生花小売店）
⑲S社
（日系企業向けフリーペーパー出版業者、日系企業向けベトナム進出に伴うコンサル会社）

第３回 現地ヒアリング実施スケジュール（２０１７年３月２３日～２４日）

ベトナム国内における日本産の植木類の需要に関する情報を得るためにハノイ・ハイフォン市・ナムディン省にて、植木類の輸入、卸・販売業者を訪問し、現地調査を実施した。

2017.03.23
⑳T社
（ハイフォンの植木類輸入・卸・小売業者）
㉑U生産組合
（ナムディンの植木類生産・輸入・卸・小売業者の組合）

2017.03.24
㉒V協会
（ハノイにあるベトナム観賞用動植物協会本部）
㉓Wセンター
（ハノイにある果物・野菜・花卉・植木研究開発センター）
㉔X社
（ハノイの植木類輸入・卸販売業者。主力事業は不動産開発）

別添2

＜トライアル輸送とアンケート調査＞

日本よりテト正月向けの切花、切枝のテスト輸送の実施と試供花材を提供し、卸会社を窓口に小売店の店頭にて、店頭担当者に聞取り調査を実施した。

第1回 テスト輸送
・日程　2017年1月6日（ホーチミン）
・内容　サクラ、ラナンキュラス、スイートピー、コデマリ、ユキヤナギ
　　グロリオサ、オキシペタラム、バラ

第2回 テスト輸送
・日程　2017年1月9日（ハノイ）
・内容　サクラ、ラナンキュラス、スイートピー、コデマリ、ユキヤナギ
　　グロリオサ、オキシペタラム、バラ

試供花材を提供した輸入卸会社を通じて、4店舗の生花店で日本産切花についてのニーズや販売の可能性について、アンケートによる聞取り調査を行った。

①-1　調査日時　　2017年1月10日
①-2　対象店舗名　　A店舗（ホーチミン）

②-1　調査日時　　2017年1月10日
②-2　対象店舗名　　B店舗（ホーチミン）

③-1　調査日時　　2017年1月12日
③-2　対象店舗名　　C店舗（ホーチミン）

④-1　調査日時　　2017年1月10日
④-2　対象店舗名　　D店舗（ホーチミン）

Ⅲ．調査結果（概要）

１．　切花類

（１）花きの国内需要について

ベトナム政府から発行されているオンラインニュースの記事によると、ベトナムの花きマーケットは、2000年から2011年まで、毎年平均9%成長しており、2011年から2015年まで、毎年平均11%、成長している。花きの年間消費額は、2000年には僅か25,000VNDであったが、2011年には52,000VNDと2倍以上となり、2013年には100,000VNDを超え、2014年には130,000VNDと年々増加している。

なお、農村部の消費額は、都市部の20%程度にとどまっている。

旧暦の毎月1日と15日には、仏壇に花を飾る習慣があるため、毎月一定の花の需要が見込まれており、誕生日・結婚式・旧正月や祝日の際の花の需要もここ数年で急激に増加している。

参考 : http://dangcongsan.vn/kinh-te-va-hoi-nhap/phat-trien-nganh-cong-nghiep-hoa-cay-canh-trong-kinh-te-hoi-nhap-371659.html

別添2

（２）ベトナム国内の物日について

ベトナムにおける花の需要は、10月～3月である。この6ヶ月間は、物日が集中して固まっている。そのなかでも物日として最も大きいのは旧正月（テト）である。日本を含め他のアジア諸国と同様に、花の消費が最も活況となる。また、自宅用の縁起物の飾りとして、赤や黄色の花（ウメモドキ、レンギョウなど）や高級ラン類（コチョウラン、シンビジウムなど）が飾られる。

さらに特筆すべきは、テト正月前の年末には、日本のお歳暮のように、年末にお世話になった人への贈答品が重要とされていることである。特に政府関係者の多い北部（ハノイ周辺）では、この贈答品需要は大きいようだ。この贈答品はとにかく大きくて豪華なものが好まれるため、単価も跳ね上がる。

ベトナムの主な物日

物日	用途	花色	商品形態	購入者	花の位置づけ
旧正月（テト）	自宅用・仏壇と居間に飾る。 花の持つ意味（縁起など）が大事とされる。	赤 黄	アレンジ 鉢物	主婦	縁起物として。 また、これとは別にお歳暮需要がある。
バレンタイン （2/14）	西洋と同じスタイル。愛する人に花を贈る。バラの花を贈るのが主流。	赤	花束	カップル	売れるのはバラのみ
国際女性の日 （3/8）	日頃の感謝を込めて女性に花を贈る日	赤 ピンク 白	花束	夫婦、カップル、仕事場、母親、家族	花なら何でも売れる
ベトナム 女性の日 （10/20）	日頃の感謝を込めて女性に花を贈る日	赤 ピンク 白	花束 アレンジ 鉢物	カップル・夫婦・家族	花なら何でも売れる
先生の日 （11/20）	生徒から先生にあげる	赤 ピンク 白 黄	花束 鉢物	生徒	花が用いられるが、 1本ずつ買う。 主にひまわり。

旧正月の次に大きな物日は、ベトナムの花業界のなかでも別格な物日であるようだ。この今日正月を除く物日で、売上が多い順番は、今回の聞き取りの結果、①国際女性の日（3/8）、②ベトナム女性の日（10/20）、③バレンタインデー（2/14）であるとのこと。国際女性の日とベトナム女性の日は、花であれば何でも売れるという。逆に、バレンタインデーについては、売れる花はほぼバラに限られるようだ。

また、クリスマスの需要については、ほとんどないようだ。クリスマス自体は楽しむにしても、花を買うということはないようだ。

（３）花きの輸入について

ベトナムは、花きの生産国であるが、花きの輸入が年々増えている。輸入先として多いのが、中国とタイからのものが圧倒的な量があり、オランダ、エクアドル、コロンビアなどの高級切り花については、まだまだ微々たるものであるものの、じわりと輸入量が増えて行っている傾向にある。現地の聞き取り調査では、輸入品についての需要が増加しいているとの話を多くの事業者から聞くことができた。

ベトナムでは、元々ダラット高原での花生産が有名であったが、経済成長に伴い輸入切花の需要が特に物日を中心に高まっているようだ。主な輸入先としては、オランダ、エクアドル、ニュージーランド、南アフリカ、台湾などであった。これらの輸入切花が好まれる理由として、花の大きさがベトナム産に比べて大きいこと、色が鮮やかであることなどを挙げる声が目立った。種類についても国内ではまだ限られているため、国内にない品目についても海外に求めている。必要とされる長さは、ベトナム産よりも輸入品の方が長く70㎝程度という回答が多くみられた。日本産品に対する期待は、珍しい花、珍しい色を求めているという声が最も多かった。

しかしながら、統計上の輸入数量を見ると、高単価の輸入切花の絶対量はまだまだ少なく、輸入品への引き合いは、花の需要期である物日に限られていると推測される。今回、輸入花を取扱う高級生花店で価格調査を行った結果、日本国内で流通されている同等品と比べて、同水準～1.4倍の価格で取引されている切花を複数確認することができた。ターゲットや用途に合わせて、品目を選定することで、高価な日本産切花であっても販売の可能性があることを確認できた。

２． 植木類

（１）植木類の国内需要について

ベトナムで好まれる日本の植木は、中国同様にマキが好まれ、全体の80％を占める。マキが好まれる理由は、ベトナム語で「万年松」といい、縁起の良い植木として人気が高いからである。また、風水への信仰が深く、風水上縁起が良いとされる古い樹木を玄関先に置くことが長寿や開運につながると信じられている。そのなかでも日本産のマキは仕立てや枝ぶりが良く、特に好まれているという。加えて、マキはベトナムの気候に合うということも理由のひとつであるといえる。マキ以外の品目では、マツ、ビャクシンなどが主に輸入されているようだ。しかしながら、一部の輸入業者を除き、マキ以外の日本産の植木についてあまり知識がなく、次の樹種に手が伸びないようである。参考まで、ベトナム産のマキも現地で数多く流通されている。

これらの植木の購入目的は、基本的に自然や植物を好む国民性であるため、そのものを純粋に楽しみたいというニーズもある一方、近年では、ベトナム国内にて、①不動産開発需要と②富裕層の別荘需要が活況となっている話を調査先の植木業者から数多く耳にした。いずれも富裕層を対象にしたものである。とりわけ、希少性が高く、質の良い日本の植木を所有したり、日本庭園を持つことは、富裕層のステイタスとなるようである。また、投機的な意味合いもあり、より付加価値の高い植木を植えて、不動産そのものの価値を上げようとする動きもあるとの話である。①については、冒頭のⅠ.調査目的で述べたように活況な不動産景気が背景にある。②については、今後の経済発展を見込んで、都市部近郊に土地を買い、別荘を建てることで、価値が上がることを期待するという意識もあるようだ。そのため、さらにその価値を高めるために高価な植木が求められているようである。

高級不動産開発に伴う庭園需要について、具体的な開発案件等の情報収集を現地で行ったところ、2015年以降はベトナム国内の不動産景気が回復の兆しを見せていることに加えて、海外投資も増加したことにより、ベトナム人の富裕層や在ベトナムの外国人を対象とした高級不動産のプロジェクトの開発が盛んとなっており、仕立てや枝ぶりの良い日本産の植木についての需要が増えている状況があるようだ。

実際、ベトナム最大手の不動産会社「ビングループ」の開発したハノイ市の大型分譲マンション「ビンホーム・ロイヤルシティー（Vinhomes Royal City）」では、屋上部分に日本庭園を設置した物件なども登場している。なお、現地では、植木へのニーズに加えて、日本庭園の施工デザイン・技術を持った人材の確保やベトナム国内での人材育成についての要望の声が複数で聞かれた。

一方、盆栽についても、自然そのものを好み、また古い樹木に縁起を感じつつも、富裕層においては、高価で特別なものを求めるニーズは強く、投機的な意味合いもあるようだ。
植木同様に一定の需要があり、植木がよりニッチなのに対し、盆栽の需要の方が裾野の広がりが大きいようだ。最近では、日本産の高価で最上級のものではなく、安価で質の良い台湾産のものが多いという。

Ⅳ．考察

（１）切花類

ベトナムの花きマーケットの現状は、近年の活況な経済発展と所得水準の向上にあわせて、元から持つ花の消費文化がさらに発展を遂げていた。かつて日本であったように、「キク、バラ、カーネ、ユリ」といった定番中の定番品目ではない、特別な花を求める傾向が出てきている。
この結果、オランダやエクアドルなど海外からの高級輸入商材が年々増加しており、現場レベルでは輸入品に対する依存度が物日を中心に高まっているという。また、海外からの情報に対してもオープンであるため、いろんな情報がベトナムに居ながらして手に入る環境にある。また、ベトナム人で海外への旅行者も増えており、海外の情報もより身近なものになっている。さらに、これをSNS（特にfacebookの浸透度が高い）が情報を拡散のツールとして多用されていることもあり、情報の流入がさらに加速している。

これらの環境から、いろんな情報に接する機会が生まれた結果、消費の多様化につながっている。これは花に限らず車など他の品目にも見られるようだ。人とは違う、珍しく、良いものをという欲求が高まっている。つまりは、導入期から成長期に移行する一歩手前の段階であると推測され、トレンドに敏感な人たちが、この高級商材を取り入れ始めている。
しかしながら、ベトナム人の所得が年々増えているといっても、高級品である日本産花きを普段から購入できるほどの水準にまではいたっていない。また、高級輸入商材が増加傾向にあるといっても、全体の割合からするとまだ少量であり、一部のニッチな層に限られる。しかし、日本産品を始め高級輸入商材の導入期としては適期であるのは間違いないだろう。

今後大きく発展していくであろうベトナムの花き消費であろうが、現段階は初期段階であることを理解したうえで、高級切花マーケットにおいて、日本産ブランドを訴求しながら、認知度の向上を図ることが当面の重要な施策である。
また、日本産切花の価値を消費者にきちんと訴求、認知できなければならず、現地の卸業者や小売店の品質管理やデザインの技術レベルの向上は欠かせない。現地で聞く限りでは、現地の小売店のスタッフの技術力が十分ではいという認識を持っており、技術研修への要望も聞かれた。
現時点で力をいれるべき用途・時期は、需要が高まり全体の相場高となる物日需要（テト正月など）と贈答需要（主にお歳暮需要）であろう。日本産品の一番の弱みである単価高が、ある程度薄まるため、競争力を発揮しやすい。

なお、将来的には、現地での花の消費が高まっていくにつれて、成長期を迎えこととなる。このステージとなれば、日本からの参入業者が増え、競争が激化していく中で、オールジャパンの視点で高品質・高価格を維持拡大していくための戦略が必要となると考える。

別添2

（２）植木類

日本からベトナム向けの植木類の輸出は、2009年から2012年に43億円にまで急激に成長し、その後2015年まで減少の一途を辿った。この2012年までの成長はベトナム経由で中国向けに再輸出されているということが噂され、現地での消費はほとんどないという見方がなされていた。

実際の調査の結果では、明確な回答や裏付けを得ることはできなかったが、様々な植木業者からのヒアリングから推察すると、これまでベトナムに輸出されてきた植木のほとんどが中国へ再輸出されていたようである。また、これらのヒアリング情報を裏付ける情報を現地の調査協力会社に照会すると、日越中の3か国の貿易取引に関わる規制面での変遷が大きく影響しているのではないか、との情報を得ることができた。

一方で、2015年まで落ち込んだベトナム向け輸出が2016年に回復していることについて、ひとつの仮説を得ることができた。ベトナム国内の観賞用の植木の需要を裏付けるデータを入手することはできなかったが、様々な植木業者からのヒアリングから、近年の好調な経済成長に、不動産景気が相まって、ベトナム国内にて日本産の植木類のニーズが増えてきているという回答を多く得たことである。そして、今回の調査では、実際にベトナム人が日本産の植木類を国内向けに購入し、販売している実態も北部と南部で確認できた。

そもそもベトナム人は、無類の自然好きであり、かつ風水を取り入れた縁起物を好む。そのため、観賞用の植木・盆栽を楽しむ文化的背景を持っている。用途は主に富裕層の別荘での使用や、近年の不動産景気で、質の高い植木を使った庭園や緑化が不動産の価値を上げるための要素になっているようである。特に、日本のマキは、風水的な観点や枝ぶり、仕立ての良さから希少で特別な植木と位置づけられており、これを所有することは富裕層のステイタスになるとされているとのことである。現地の気候に適しており、管理しやすい面も人気の背景にあるという。

また、植木・盆栽の技術は、非常に魅力的な産業であると捉えられている。国が植木盆栽を農業重要な産業としてとらえており、技術者育成も行っているという。そして、植木・盆栽単体のニーズだけでなく、造園デザインについてのニーズがあるということも今回様々な業者から聞くことができた。

今後、ベトナム国内での日本産植木・盆栽マーケットが成長していくためには、いくつかの課題がある。まずひとつは、技術的知識が乏しいことである。前述のように、ほとんどがマキであり、その他はマツやビャクシンといった樹種であり広がりがない。他の樹種に対する知識がほとんどないという。次に、上記と関連するのだが、資金力のある業者が限られている点である。日本からの輸入については、植木は非常に高価であり経験のない樹種の輸入は様々なリスクを伴うため、豊富な資金がないと、容易に仕入ができないという。現状としては、日本産植木・盆栽の輸入は、養生管理や通関手続き等の知識が豊富で資金が潤沢な中国系企業がベトナムの事業者に支援し、主に売買を取り仕切っているようだ。

ベトナム国内における観賞用の高級植木のニーズの高まりを背景に、今後さらに日本産植木を広げていくためには、前述の通り、ボトルネックとなっている、技術的知識不足を解消し、リスク（枯れるなど）を低減させていくことが、もっとも効果的であると考えられる。

別添2

（３）　日本産品のＰＲ

（３）－１　オランダＩＦＴＦでの日本産花き総合展示・デモンストレーションのＰＲ
日本産切り花日持ち調査

＜ＩＦＴＦでの日本産花き総合展示＞

①目的

オランダ最大の花き展示会で日本産花き類の魅力のＰＲ

②実施内容

・対象国　　オランダ
・対象品目　　切花、種苗、盆栽
・イベント名称　ＩＦＴＦ　International Floriculture & Horticulture Trade Fair
・主催者名　　HPP Exhibitions Holland
・実施期間　　11月2日～4日
・実施会場　　アールスメアエキスポ会場
・対象者　　花き業界関係業者
　　ＥＵ圏を中心にアジア、アメリカ、中東ほか来場、来場者　約28,000人
・訴求内容　　日本産の高品質さ　花きの最新情報の発信

・イベントの周知　　主催者側の手配による
　　リーフレットの作成・HP・FACEBOOKでの告知
・参加者の募集方法　　主催者側の手配による

③実施体制

渡航、参加した該当者、現地での協力会社について記載ください。

・参加会員
　㈱フラワーオークションジャパン　1名
　日本エルフ協会　　2名
　㈱サカタのタネ　　1名
　ムラカミシード　　1名
　大宮盆栽協同組合　　1名
　事務局　　1名

別添2

・現地の協力会社　　ＫＭＳオランダ　関連業務サポート
サカタのタネオランダ

④実施結果

１）－１　ＰＲ展示・デモンストレーション・セミナー内容

名称　Petra van der Veen による日本産切り花を使用したアレンジ
日程　11/2　水曜日　13：30-14：30、15：30-16：30
　　11/3　木曜日　11：00-12：00、13：30-14：30
　　11/4　金曜日　11：00-12：00

参加者数　　各回約20人程度

普段見慣れない日本産切り花を用いたアレンジメントは興味をひいたようであった。

１）－２　ＰＲ展示・デモンストレーション・セミナー内容

名称　盆栽の剪定方法実演管理法など
日程　11/2　水曜日　11：00-12：00
　　11/3　木曜日　15：00-16：00、
　　11/4　金曜日　13：30-14：30

参加者数　　各回5人程度

イベント自体が花を主体のため、盆栽に興味は示すが、盆栽を期待する客はほとんどいないようでデモンストレーションの集まりが悪かった。

別添2

２）展示花き・使用花きの品目品種リスト

Oryza sativa		古代米	
Antirrhinum majus		金魚草	
Eustoma grandiflorum		トルコ	
Prunus mume		雲竜梅	
Dahlia		ダリア	
Sarracenia		サラセニア	
Chrysanthemum X Grandiflorum		大菊厚物	
Ixora chinensis		サンタンカ	
Gentiana		リンドウ	
Lathyrus odoratus		スイートピー	
Gloriosa	Southern wind	グロリオサ	サザンウィンド
Gloriosa sperba	Lutea	グロリオサ	ルテア
Gloriosa	Simplex	グロリオサ	シンプレックス
Gloriosa	Orange heart	グロリオサ	オレンジハート
Gloriosa	Zipang sasayo	グロリオサ	ジパンギササヨ
Tweedia caerulea	Pure blue	オキシペタルム	ピュアブルー
Tweedia caerulea	Shine blue	オキシペタルム	シェーンブルー
Tweedia caerulea	Angel blue	オキシペタルム	エンジェルブルー
Tweedia caerulea	Angel white	オキシペタルム	エンジェルホワイト
Tweedia caerulea	Bridal rouge	オキシペタルム	ブライダルルージュ

展示花き・使用花きの品目品種選定の理由、ポイントとしては、
オランダに流通しないものまたは日本とオランダでの出回りの時期が違うもので展開。

展示した日本産花きの反応、来場者から注目度の高かった品種、品目は、スイートピー、リシアンサス、キンギョソウ

３）－１　ＰＲ用の配布物、掲示物

・配布物や掲示物の内容　デモンストレーション案内・FHTFとのリンク
・数量　　1,000枚　昨年のブース来場者・本年のブース来場者

別添2

⑤問い合わせについて

・会期中の問い合わせ（商談）数　50　件　（交換した名刺の数約80枚）
・問い合わせ（商談）内容についてのトピックス
　商流・物流について
　商品・単価について
　日持ちについて

⑥ＰＲの成果と今後の取り組み課題

ＩＦＴＦは切り花の展示では欧州で一番規模が大きく集客数も最大。影響力のある展示会である。オールジャパン体制で参加した本展示会は欧州だけでなく、アジア・アメリカほか各国からの来場者も多く、直接のＰＲはもちろんのこと、情報交換の場としても効果効率が高い。　新規の顧客を獲得できたとの参加会員からの声もきかれた。輸出量の増加も見込める。達成度合いとしては、90%。オランダの本格的な輸出時期にあわせての展示会なので、タイミングがよい。展示会開催が、日本の産地の切り替え時期なので、今後は展示会に合わせて前もって展示用の栽培をしてもらうことを検討してゆきたい。また今回はブース内でのデモンストレーションだけだったが、毎回集客数も多く影響力のある著名デザイナーたちによるステージブースで日本産花きのＰＲを実施して効果の高い内容で展開してゆきたいと考えている。

＜日本産切り花日持ち調査＞

オランダ・フローラホーランド社品質管理室における日本産切り花の日持ち調査概要

日本産切り花の日持ち調査は、平成27年度のオランダ・IFTFでの日本産花き総合展示・デモストレーションの事業の一部として実施し、今年度は2回目を実施している。目的は日本産花きがＥＵ圏内でどの程度の日持ちが可能なのか、その時期のそれぞれの花を一年を通して調査をフローラホランド社のアールスメア、またはナールドワイク市場の品質管理室に依頼し、そのテストルームで日持ち試験を行い得られた試験結果レポートについて、各項目のパフォーマンスを検証し

①輸出用の商品として改善点、課題の抽出
②日本産花きをＥＵ圏で流通させビジネス展開するための基準作り、

などに取り組むこと。輸出する日本産切り花をその基準を満たすようにするためにはどのようにしなければならないのかということについて取り組むためである。
調査概要は、8，9，10，1月の4回実施、採花日を含め4日後にはオランダに到着(通関済)
5日目試験を開始した。平成27年度は、各回5品目で20品目を実施して、90%は日持ち7日間をクリアーして、日本産切り花の高品質さをアピールした。しかしながら品質管理室の責任者Mr,Chris Vermeulenの提案は、今後の日本産花きをEU圏で流通させビジネス展開するためには流通上最悪の条件の下でも日持ちすることが必要条件、実施していることが品質保証とみなされている。　試験方法はオランダでは全ての日持ち試験は、市場到着後直ちに、日持ち試験を開始するのではなく、市場から販売店までの輸送シミュレーション（2～3日）店舗シミュレーション（滞留期間3～4日）その後一般家庭を想定して最低7日間以上の日持ちを調査する。平成28年度このオランダの方式を採用して調査を実施した。

試験室の様子

別添2

到着後、輸送中を想定して保管させる

８，９，１０月に実施した調査結果　（＊1月実施分は下記記載）

① 3 回、合計　15 品目　17 品目の内 7 日以上の日持ちをクリアーした品種は、6 品種 6 日間は 2 品種であった。
② 5 品種は日持ち試験開始の段階で劣化して、廃棄処分した。
③ 他の 5 品種は 3~4 日で花の鑑賞が終了した。
④ 結果として、合格は 35%、不合格は 65%であった。
⑤ 非常に厳しい結果が出た原因は、採花後 10 日目からの試験開始で最低 17 日間日持ち鑑賞に耐える必要があり、品目によりその差が激しかった。品目選定を厳しくチェックする必要がある。
⑥ 数品目で、ボトリチスが発生して試験途中で中止した。生産者段階でチェックが必要である。
⑦ 日本出発までに数日要した品種は、オランダ到着時点で劣化して日持ち調査に耐えられなかった。輸送期間の短縮化に如何に取り組むかが必要である。
⑧ STS 剤の前処理不足やバクテリア対策が不十分で調査途中で花落ちやしおれが目立った。生産者段階でのチェックが重要である。
⑨ ダリヤや草花はオランダ到着時点で鮮度の劣化が多くみられた。日持ちの短い品目は通常取引では無理で、注文品対応等を考慮すべきである。
⑩ 市場に入荷した品目を調査に採用したが、試験に合格した品目はなかった。生産段階から輸出用と認識して対応する必要がある。
⑪ 今年度の事業とは別で高知県産のグロリオサ(3 品種)とブルースター(4 品目)を同じ条件で日持ち調査を行った結果は、7 品種全て合格した。共に 11~18 日間観賞できた。
品質管理室からは、付いている蕾がすべて咲ききり、オランダ産には無い高品質であると指摘された。

別添2

	品目	品種名	結果	日本名	備考	産地
2016/7/29	Delphinium grandiflorum	Super chiffon blue	○	デルフィニウム	スーパーシフォンブルー	JA三石
	Tweedia caerulea	Pure blue	●○	オキシペタルム	ピュアブルー	JA土佐あき 芸西
	Tweedia caerulea	Bridal rouge		オキシペタルム	ブライダルルージュ	JA土佐あき 芸西
	Asparagus asparagoides		○	スマイラックス		日野洋蘭園
	Hedera helix	Pittsburgh		ヘデラヘリックス	ピッツバーグ	日野洋蘭園
	Eustoma grandiflorum	Voyage blue	●○	トルコギキョウ	ボヤージュブルー	庄内たがわ（鶴見花きさま）
	Eustoma grandiflorum	Celeb pink	●○	トルコギキョウ	セレブピンク	庄内たがわ(鶴見花きさま）
2016/9/26	Sanguisorba officinalis			われもこう		宮下生産部会
	Sarracenia		●○	サラセニア		Nakato
	Parthenocissus	Sugar vine	●●	シュガーバイン		日野洋蘭園
	Tweedia caerulea	Shine blue	●●	ブルースター	ピュアブルー	フラワースピリット
	Eustoma grandiflorum	Corsage blue		トルコ	コサージュブルー	南るもい
2016/10/21	Actinotus helianthi			フランネル		浅野園芸
	Asparagus asparagoides		○	スマイラックス		日野洋蘭園
	Jasminum polyanthum		●○	羽衣ジャスミン		日野洋蘭園
	Ixora chinensis		●●	サンタンカ		JAおきなわ
	Celosia	Durian scarlet	●●	ケイトウ	ドリアンスカーレット	千葉 個選

＊1月はスィートピー8品種（栃木県）、サイネリア（愛知県）、パンジー（福島県）、アリウム（熊本県）、ラナンキュラス（長野県）各1品種合計12品でテストを実施。結果は12品種すべて基準を満たしており10日以上の日持ちが確認された。　出荷地も受け地オランダも冬季で低温で輸送中でのマイナス要因が少なかったことがうまく行った要因か。

Report of investigation

Royal Flora Holland

試験結果報告書　品目ごとに報告される

別添2

日持ち調査結果からの課題

① 生産者は、この切り花は輸出用であるという認識の下で、採花、STS 処理やバクテリア対策、選別、箱詰め作業に細心の注意を払う必要がある。
② 輸送は、輸出国まで 4 日間を厳守し、温度範囲 5~15℃に保持する。
③ 注文品や日持ちの短い草花のリスクを承知している場合を除き、輸出用はグロリオサ等の日持ちの長い品目を選定すべきである。
④ 展示会等で、各国のバイヤーから日本産切り花の日持ちの悪さについての指摘がよくある。今取引している輸出業者の品質に満足できないので別の業者を紹介して欲しいとの要望がある。現状改善に対するコミュニケーション能力不足も指摘された。現状に満足することなく改善することが必要である。
⑤ 展示会で品質、日持ち等問題なく実施できることは最低限の対応であり、実際の運用では想像できないリスクを回避する手当てが必要である。
⑥ 平成 29 年度も引き続き日持ち調査を実施できれば、実績のある品目に限って開花ステージの変化や階級の違い等深く掘り下げた日持ち調査を計画している。

別添2

（３）－２　ドイツＩＰＭエッセンでの日本産植木、盆栽のＰＲ展示デモンストレーション

①目的

日本の生産者、産地の関係者が直接ヨーロッパでＰＲ、来場者と情報交換情報収集も行う。

②実施内容

・対象国　　ドイツ
・対象品目　　植木・盆栽
・イベント名称　IPM Essen
・主催者名　　Messe Essen GmbH
・実施期間　　2017年 1月 24 日から27日
・実施会場　　Messe Essen
・対象者　　植物関連企業関係者、
・訴求内容　　日本産の品質について
・イベントの周知　　主催者側の告知
・参加者の募集方法　　主催者側の告知HP・FACEBOOKでの告知

③実施体制

・参加会員
　植木関係　　千葉県植木生産組合連合会輸出入部会　2名
　　福岡県農林水産部輸出促進課　1名
　盆栽関係　　香川県盆栽生産振興協議会　1名
　　香川県交流推進部県産振興課　2名
・事務局　　1人

別添2

④実施結果

１）ＰＲ展示・デモンストレーション・セミナー内容

名称　盆栽の剪定方法、仕上げ方
1月 24 日から27日　3日間各日午前と午後1時間づつ（最終日は午前のみ）
観覧者　約10名毎回

日本人が剪定を行うことを初めてみる来場者がほとんど。手先を観察していて使用するハサミや針金など道具についての質問が多かった。

２）展示品

植木　五葉松　1本　（オランダの業者からレンタル、木は以前日本から輸入）
盆栽　松　2鉢　シンパク　1鉢（ドイツの業者からレンタル　日本からの輸入品）

３）ＰＲ用の配布物、掲示物

・配布物

協議会で作成したリーフレットを1000部配布
また千葉県、香川県で用意した英文パンフレットも配布した。

別添2

・掲示物

千葉県の植木の生産場所の写真をポスター化し80×60ｃｍ、ブース内に張った。
産地の様子がよくわかると好評であった。

植木は現物を持ってくることが難しいので今後の展示会は、産地を映した映像をモニターで映して紹介、あるいは売りたい樹木をあらかじめ映しておく方法を取りたいと感じた。

⑤問い合わせについて

・会期中の名刺交換　44人
・問い合わせ（商談）内容についてのトピックス
　価格を知りたい
　購入条件
　現物を見たい日本の産地を訪問したい
　日本の産地が直接販売されると迷惑だ（ヨーロッパの日本産植木盆栽販売業者）など

⑥ＰＲの成果と今後の取り組み課題

初めてオールジャパン体制で参加した本展示会は欧州だけでなく、アジア・アメリカほか各国からの来場者も多く、直接のＰＲはもちろんのこと、情報交換の場としても効率が良い。ＩＰＭエッセン自体、スペイン、イタリア、ハンガリー、ポルトガルほかから植木の業者の出展も多い。　今回の出展により、見込み客を獲得できたとの参加会員からの声もきかれた。輸出量の増加も見込める。達成度合いとしては、90%。　　一方課題としては日本側が展示会で出あえたビジネスの見込み客とこのあとどのようにフォローアップしてよいのか煮詰まっていない点がみられた。価格設定や相手の言葉の問題を含めたやり取りについてや、植木や盆栽は農作物と異なり、先方の要望する数量や条件にあわせて計画的に継続して生産されていないことについて、売りっぱなしで終えてしまうのか、どのように対応してゆくのか、販売チャネルについて整備や仕組み作りについて考慮すべき点など多くの課題が残されていることが改めて浮き彫りになった。

別添2

（３）－３　ドイツ・ニュルンベルグでの日本産植木のPR・デモンストレーションの取組

①目的

欧州の中で最も植木愛好家の多いドイツにおいて、2年に1度開催される欧州最大級の造園、樹木専門の展示会（GaLaBau2016）に初出展し、日本産植木の展示ＰＲ及びデモンストレーションを通じて、展示会後の販路拡大を図り、日本産植木のジャパンブランド確立と輸出の拡大に取り組む。

②実施内容

・対象国　　EU、ドイツ　・ニュルンベルグ
・対象品目　　植木
・イベント名称　「GaLaBau2016」
・実施期間　　2016年9月14日（水）～9月17日（土）
・実施会場　　エキシビションセンターニュルンベルク
・対象者　　欧州の造園業者、ハウスメーカー、ガーデナー、愛好家
・訴求内容　　日本の伝統樹形を施されたレベルの高い植木の葉形、枝ぶり
　　デモンストレーションによる剪定・管理方法
　　庭園のイメージ写真を用いて、空間全体の価値をＰＲ、
・イベントの周知　　主催者「NürnbergMesse」による周知（Web等）
・参加者の募集方法　　主催者「NürnbergMesse」による告知、来場者へのチラシ配布

③実施体制

・参加会員　　ジャパンホートビジネス株式会社　　1名
・事務局　　1名
・講師、デザイナー　　千葉県の植木生産者　　3名

④実施結果

１）　ＰＲ展示・デモンストレーション・セミナー内容

名称　　「日本産植木の展示、並びに剪定管理を交えたデモンストレーション」
日程　　2016年9月14日（水）～9月17日（日）　計7回（30ｈ）開催
参加者数　のべ100名

※「GaLaBau2016」の出展社 1,320社、 来場者数（会期中）64,138人

展示スペースは24㎡と小スペースながら日本の伝統樹形を施されたレベルの高い植木を6本展示し、千葉県の若手植木生産者3名による剪定管理を交えたデモンストレーションを実施した。デモンストレーションでは、常にブースに人だかりができる状況で、とりわけ樹種の特性や樹形に合わせた剪定技術については、積極的に質問をしながら、見学する姿が多数見受けられた。デモンストレーション後の剪定を施された植木を見て、フォルムや樹形の美しさに感嘆する声も多数聞かれた。造園業界向け専門の展示会が故に、業界関係者はもちろん造園を学ぶ若い人々の来場も目立ち日本の植木に対する興味度合の高さを感じた。

別添2

また、植木生産者が使用する枝切バサミや剪定バサミ等、道具についても、興味を持って試し使いする姿も散見された。関連する道具類も含めて、植木と一体的な展示を行い、日本の植木の世界観を訴求することで効果的にPRにつながるのではないかと感じた。
新たな展示手法やPR方法として、検討していきたい。

■日本産植木展示とデモンストレーション風景

植木の剪定方法について、熱心に質問する姿が散見された。
左上の写真は、展示会前の植木。
次ページの右下の植木の展示写真は、デモンストレーションの剪定後のもの。

別添2

別添2

２） 展示花き・使用花きの品目品種リスト

ゴヨウマツ 2本、キャラボク、2本、ツゲ2本　　計6本

３） ＰＲ用の配布物、掲示物

「美しい日本の花」のパンフレット 100部
「植木・盆栽」、「ＮＩＷＡＫＩ ＡＲＴ」のパンフレット各150部 来場者に配布
ブース内デモンストレーションの告知チラシの貼付と配布

別添2

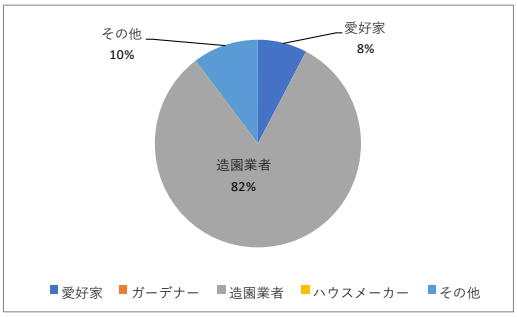
５）－１ 来場者アンケート（切花）

回答数　　39人（会期中）

ドイツ、イタリア、オランダ、ポーランド、スイス、フランスからの来場者

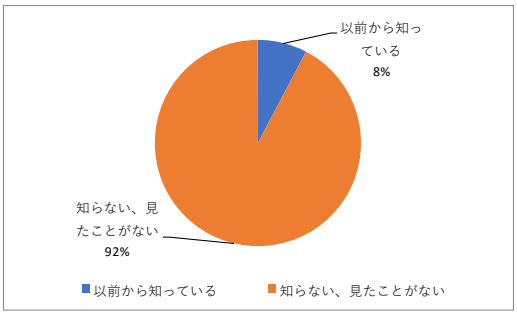
①　あなたの職業は何ですか。

愛好家　3
ガーデナー　0
造園業者　32
ハウスメーカー　0
その他　4



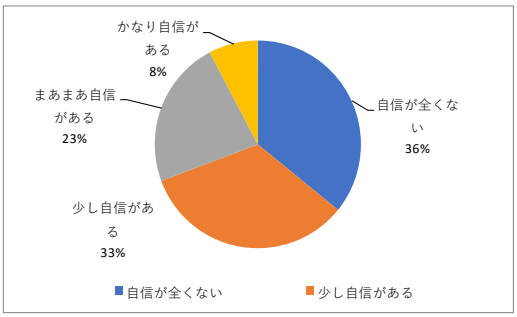
②　NIWAKI ART はご存知でしたか。

以前から知っている　3
知らない、見たことがない　36



③　植木の管理・剪定に自信がありますか。

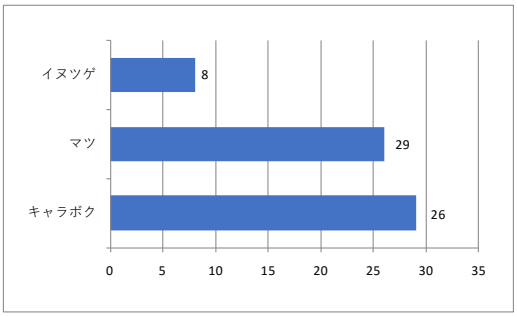
自信が全くない　14
少し自信がある　13
まあまあ自信がある　9
かなり自信がある　3



別添2

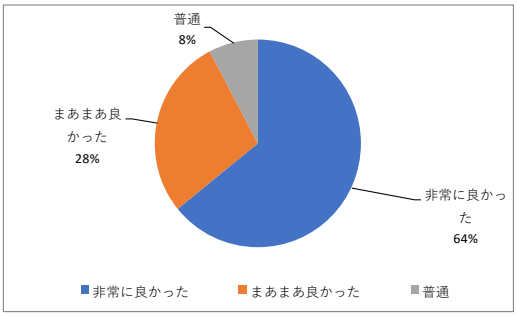
④　展示した植木の中でどの樹種がこのみですか。（複数回答）

マツ　26
キャラボク　29
イヌツゲ　8



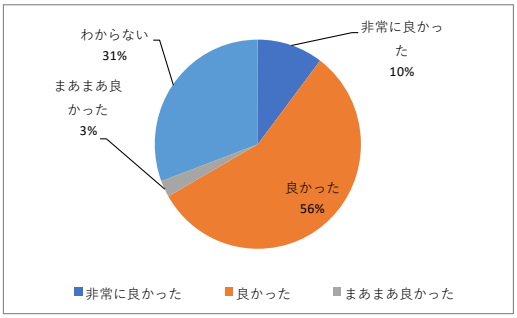
⑤　「GaLaBau2016」には満足しましたか。

非常に良かった　4
良かった　22
まあまあ良かった　1
良くなかった　0
わからない　12



⑥協議会の出展ブースの総合評価をしてください。

非常に良かった　25
まあまあ良かった　11
普通　3
あまり良くなかった　0
全く良くなかった　0



⑦　その他、出展ブースについてのご意見。（自由回答）

・植木のフォルムがとても美しい。特に、松の植木が美しい。パーフェクト！
・解説つきのデモンストレーションがとても参考になった
・ドイツでも日本の松があるが直立的で平凡なものが多いが、今回展示の植木は非対称な枝ぶりと細かな剪定の手入れがなされており、とても良い
・日本の本物の植木を見られてとても満足している
・ドイツでもNIWAKI ARTの需要があると思う
・ブースが小さく、植木の全体像やディティールが分からなかった
・ブースが大きい方が植木をもっと良く見ることができた

別添2

６）　問い合わせについて

・会期中の問い合わせ数　　20件程度

７）　ＰＲの成果と今後の取り組み課題

「GaLaBau2016」は２年に１度開催される造園業界中心の展示会ということもあり、ドイツはもとより、フランス、ハンガリー、ポーランドなどの国々からおよそ6万4千人が来場した。周辺国をはじめ世界各国からも訪問するところが非常に価値のある展示会であると感じた。

来場者は、造園専門学校の学生から中小の造園会社、個人の園芸店、庭園デザイン会社、ホームセンター、大型専門店、植木作業員、大手植木会社、中小大建築会社まで個人から大企業までのあらゆる造園業界のプロの人々が集うものであった。
出展者は、1,300社で重機メーカーから資材、プラント、建材、デザイン、植木、緑化木まで業界全体をカバーする。

そのような環境の中で、日本人として初めて植木の出展をすることになった。
日本の造形樹に興味のある人は、必ず立ち止まり、熟視する光景が数多くあり、日本の植木に関心を持っていることが再確認された。剪定のデモンストレーションでは、植木生産者のひとつひとつの作業に数多くの質問をしながらが熱心に見ていた様子が印象的だった。
アンケートにおいて、植木については大変高い評価を受けたが、展示スペースが狭く植木の全体像やディティールが分かりにくいという意見が多数寄せられたため、この点、次回、植木の展示会に出展する際は改善をしていきたい。

今回気づいたことは、大手植木会社よりも中小の造園会社が、大手を通さずに直接仕入れたいという声が多かったことである。また、ドイツをはじめ、特にEUの周辺国から今後の商談を期待する声が多かった。将来の取引きにつながりそうな有望な問い合わせ等も20件ほどあり、今回参加した千葉の植木生産者と連携して、出展後、日本の植木産地への視察や買い付け等の呼びかけ等のアプローチを行っていきたい。

別添2

（３）－４　　中国・常州での日本産花きの総合展示・デモンストレーションの取組

①目的

中国全土より花き小売業社、卸売業者、デザイナーが来場する大規模な展示会に於いて日本産花きの高付加価値をアピールすると共に日本産花きが持つ多品種､色目の豊富さについての認知度を高め、輸出促進を図ることを目的とする。また、日本人盆栽アーティスト、日本人デザイナーのセミナーを開催する事でメンテナンス､使用方法の実例を示し浸透を図っていくことを目的とする。

②実施内容

・対象国　　中国　江蘇省　常州市
・対象品目　　切花、盆栽
・イベント名称　「第16届中国花卉零售业交流会」
・実施期間　　2016年7月8日（金）～7月10日（日）
・実施会場　　常州 夏溪花木市场
・対象者　　花き小売業者、卸売業者、デザイナー他
・訴求内容　　高付加価値な日本産花きのアピールと共にデモンストレーションによる使用方法の実例
・イベントの周知　　主催者「中国花卉報」による周知（Web等）
・参加者の募集方法　　主催者「中国花卉報」による告知、来場者へのチラシ配布

③実施体制

・参加会員	株式会社オークネット・アグリビジネス	2名
	ジャパンホートビジネス株式会社	1名
・事務局	1名	
・講師、デザイナー	上海の生花店デザイナー	2名
	日本人の盆栽生産者	1名

④実施結果

１）－１　ＰＲ展示・デモンストレーション・セミナー内容

名称　　「日本産切花の紹介、並びに使用方法を交えたデモンストレーション」
日程　　2016年7月8日　（金）～7月10日（日）　各日1回（1ｈ）開催
参加者数　期間中100名

今回は、グロリオサ等、従来の輸出有力品目ではなく、あらたな有力品目を開拓するべく、枝物、葉物、オリエンタルユリの展示を行い、この品目をメインに使用した活け込み、花束のデモンストレーションを花材の説明とともに行った。特に、枝物類に関しては来場者に対して非常に関心を呼び、デモンストレーション終了後において、即売をして欲しいとの声が大きかった。
また、今回展示したオリエンタルユリ(カサブランカ)は中国産、オランダ産には存在しない輪の大きさであった為に枝物同様に関心を集めた商材であった。

別添2

■日本産切花展と日本産切花を使用したデモンストレーション風景

（写真）上海で生花店を営む日本人デザイナーが現地のニーズを踏まえたデザイン提案を行う。

別添2

２）－１ 展示花き・使用花きの品目品種リスト

今回の展示会に於いては、敢えてグロリオサ赤の展示は行わず、枝物、オリエンタルユリ、小花類を中心に展示並びにデモンストレーションを行った。
展示花材の中で来場者から注目度の高かった花材は、ドウダンツツジ、カークリコなど、枝物や葉物、カサブランカ、マイウェディング等、大振りな花形のオリエンタルリリーや八重咲のトルコキキョウであった。

品目名	品種名	生産者名
温帯木本	ｱｾﾋﾞ	岡田　克哉
観葉その他	ｶｰｸﾘｺﾞ(=ｸﾙｸﾘｺﾞ	JAあまくさ【大矢野支所】
草花その他	利久草(=ﾋﾞｬｸﾌﾞ)	JAとぴあ浜松
ｱｰﾃｨﾁｮｰｸ	ｱｰﾃｨﾁｮｰｸ	土浦個選【佐藤悦男】
ｱｶﾞﾊﾟﾝｻｽ	Bﾀﾞｲﾔ/ｶﾞｰﾃﾞﾝﾊﾟﾗﾀﾞｲｽ	小森谷ナーセリー
ｱｼﾞｻｲ	ｸﾞﾘｰﾝｱﾅﾍﾞﾙ	JA庄内みどり
ｱｽﾁﾙﾍﾞ	ﾋﾞｼﾞｮｲﾝﾋﾟﾝｸ	あがつま個選【本多康雄】
ｱｽﾊﾟﾗｶﾞｽ	ｽﾏｲﾗｯｸｽ	南原農園
ｱﾙｹﾐﾗ	ﾓｰﾘｽ	JA津南町
ｵｷｼﾍﾟﾀﾗﾑ	ﾌﾞﾗｲﾀﾞﾙﾙｰｼﾞｭ	JAみなみ信州【総合集荷販売ｾﾝﾀｰ(花き)】
ｵｷｼﾍﾟﾀﾗﾑ	ﾏｰﾌﾞﾙﾎﾜｲﾄ	笹岡花卉農園
ｵｸﾗﾚﾙｶ	ｵｸﾗﾚﾙｶ	諸岡　ゆき
ｷｲﾁｺﾞ	ﾍﾞﾋﾞｰﾊﾝｽﾞ	土佐あき農協芸西村集出荷場研究会花卉部
ｸﾞﾛﾘｵｻ	ﾙﾃｱ	JA高知市【三里園芸部】
ｻﾝﾀﾞｰｿﾆｱ	ｵｰﾗﾝﾁｱｶ	JA道北なよろ
ｼﾓﾂｹ	源平	JAあがつま【北軽井沢応桑支店】
ｽｶﾋﾞｵｻ	ｱﾙﾊﾞ	JAいわみざわ【情熱ﾌﾗﾜｰ】
ｽﾀｰﾁｽ　　ｼﾈﾝｼｽ	ｽｰﾊﾟｰﾙﾋﾞｰ、ﾏﾙﾁｰｽﾞ	JA三石町
ｽﾓｰｸﾂﾘｰ	ﾙﾋﾞｰﾌｧｰ	JA津軽みらい
ﾃﾞﾙﾌｨﾆｳﾑ　ｼﾈﾝｼｽ	ｼﾈﾝｼｽﾐｯｸｽSP	JA三石町
ﾄﾙｺｷﾞｷｮｳ　ﾔｴ	ﾐｯｸｽ	ﾌﾗﾜｰｽﾋﾟﾘｯﾄ【ﾄﾙｺｷｷｮｳ】
ﾄﾞｳﾀﾞﾝﾂﾂｼﾞ	ﾄﾞｳﾀﾞﾝ(新緑)	樹煌織
ﾊﾞﾗ　　ｽﾌﾟﾚｲ	ﾐｯｸｽ	JA西三河【ﾚｲﾝﾎﾞｰ】
ﾋﾍﾟﾘｶﾑ	ﾏｼﾞｶﾙﾊﾟｯｼｮﾝ	JA北信州みゆき
ﾎｵｽﾞｷ	ﾎｵｽﾞｷ	清幸農園【うめ町花卉】
ﾏﾄﾘｶﾘｱ	ｼﾝｸﾞﾙﾍﾞｸﾞﾓ	JA三石町
ﾕﾘ	為朝ﾕﾘ	JA庄内みどり
ﾕﾘ　　ｵﾘｴﾝﾀﾙ	ｶｻﾌﾞﾗﾝｶ	JA津南町
ﾕﾘ　　ｵﾘｴﾝﾀﾙ	ﾏｲｳｴﾃﾞｨﾝｸﾞ	JAにいがた岩船【荒川支部】
ﾗﾝﾀﾅ	紅つづら	JA庄内みどり
ﾘﾝﾄﾞｳ	安代の夏	JA新いわて【安代】

別添2

１）－２　ＰＲ展示・デモンストレーション・セミナー内容

名称　　「日本産盆栽の紹介、並びに剪定管理を交えたデモンストレーション」
日程　　2016年7月8日　（金）～7月10日（日）　各日1回（1ｈ）開催
参加者数　期間中130名

昨年度と比較すると1.5倍の広さの展示、デモンストレーションスペースを確保し、大小含めて、100鉢前後の盆栽を展示と、盆栽技師による出デモンストレーションを実施した。
デモンストレーションは初日、2日目は50名を超える参加者があり、昨年同様、剪定や針金掛け等、熱心にメモを取りながら質問をする姿が多数見受けられた。

■ 日本産盆栽展示と剪定・管理のデモンストレーション風景

２）－２ 展示花き・使用花きの品目品種リスト

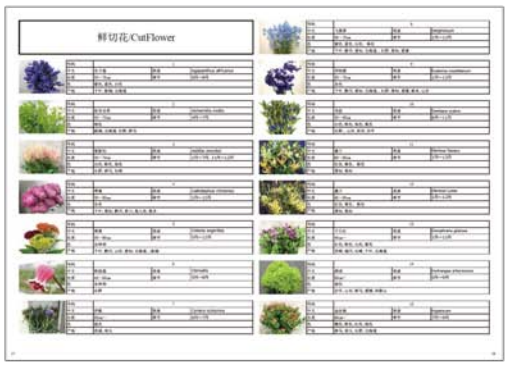
樹種は、花梨、梅、紅葉、真柏、石榴（ザクロ）、檀（マユミ）、椿、茱萸（グミ）等。
デモンストレーションで使用した真柏は一番人気。石榴も枝ぶりの良いものを展示したのが来場者からの興味を引いていた。

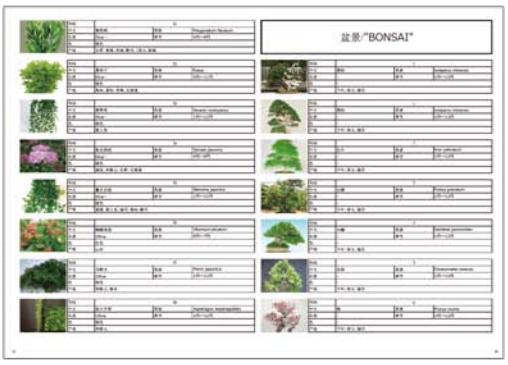
別添2

３） ＰＲ用の配布物、掲示物

「美しい日本の花」と「日本産花き」のパンフレット　各300部 来場者に配布
ブース内デモンストレーションの告知チラシの貼付と配布

■日本産花きのパンフレット（中国語版）





別添2

■デモンストレーションの告知チラシ、配布物

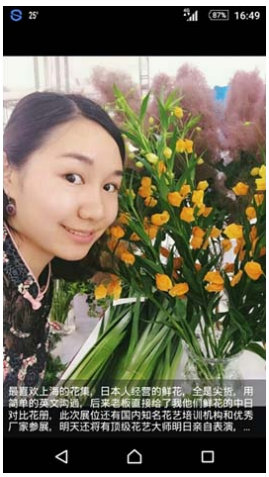
4）メディアの掲載実績

プレス企業名　「フローリスト」株式会社誠文堂新光社

■「フローリストオンライン」https://floristonline.jp/blog/news-2/shanghai-6153.html

別添2

■ 来場者のSNSによる情報拡散

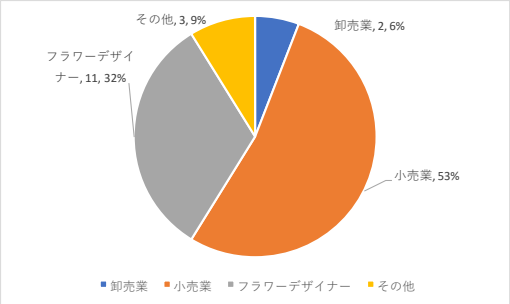


５）－１ 来場者アンケート（切花）

回答数　　29人

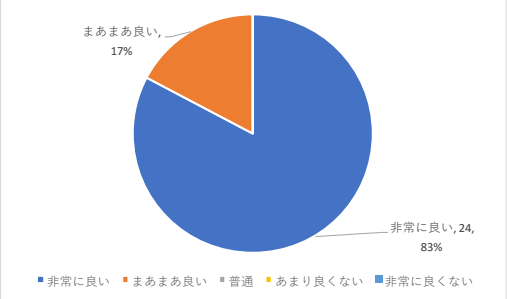
①　あなたの職業は何ですか。

卸売業　2
小売業　18
フラワーデザイナー　11
その他　3



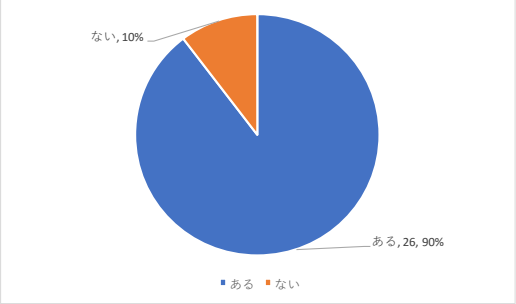
②　日本の切花をご覧になった感想。

非常に良い　24
まあまあ良い　5
普通　0
あまり良くない　0
非常に良くない　0



③　日本以外の輸入切花を使用について。

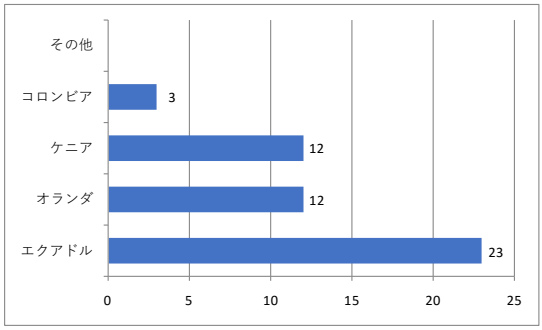
ある　26
ない　3



別添2

④　③で「ある」に回答した方に質問です。それは何処の国ですか。（複数回答）

エクアドル　23
オランダ　12
コロンビア　3
ケニア　12
その他　0



⑤　展示している日本産切花で是非使用したい、購入したい品種を教えてください。

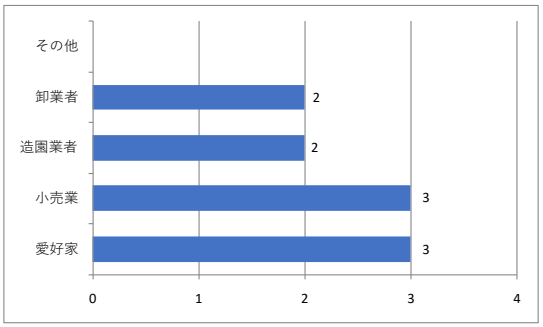
ドウダンツツジ、カークリコなど、枝物や葉物
大振りな花形のオリエンタルリリー（カサブランカ、マイウェディング）
八重咲のトルコキキョウ

５）－２　来場者アンケート（盆栽）

回答数　　10人

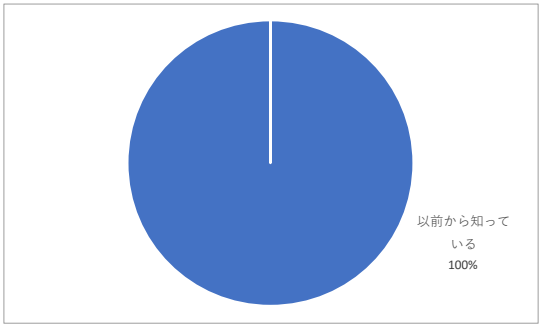
①　あなたと庭木とのご関係、お仕事は何ですか？（複数回答）

愛好家　3
花店　3
造園業者　2
卸業者　2
その他　0



②　日本の盆栽はご存知ですか。

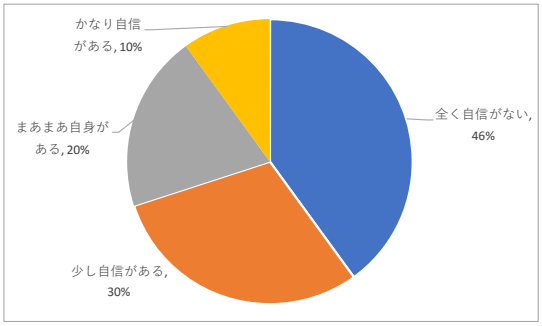
ずっと前から知っている　10
知らない、見たことがない　0



別添2

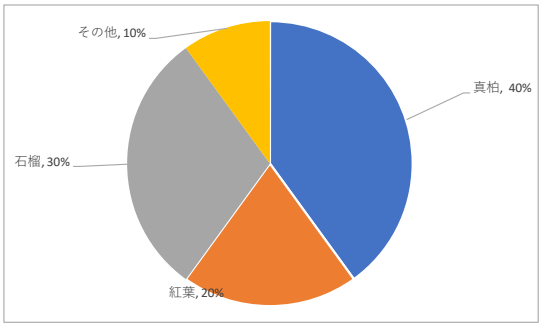
③　盆栽の管理・剪定に自信はありますか。

全く自信がない　4
少し自信がある　3
まあまあ自信がある　2
かなり自信がある　1



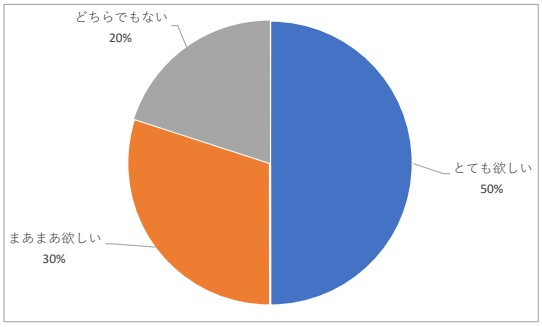
④　あなたの好きな盆栽の樹種は何ですか。

真柏　4
紅葉　2
石榴　3
その他　1



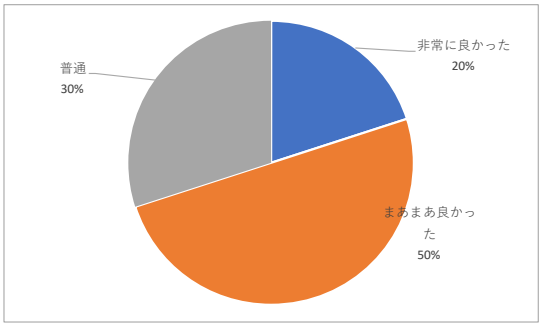
⑤　盆栽を欲しいと思いますか。

とても欲しい　5
まあまあ欲しい　3
どちらでもない　2
あまり欲しくない　0
全く欲しくない　0



⑥　盆栽展示、デモンストレーションの総合評価をしてください。

良くない	①	②	③	④	⑤	良い
	0	0	3	5	2	



別添2

６）－１　問い合わせについて（切花）

・会期中の問い合わせ数　　10件程度
・問い合わせ内容についてのトピックス
　展示商材をそのまま注文したいという問い合わせがあった。
　後日、取扱商材リストを送付することで対応。
　特定エリア限定の総代理店になりたいとの問い合わせがあった。

７）－１　ＰＲの成果と今後の取り組み課題

平成28年度は、中国において切花が重点品目に位置付けられたため、昨年に引き続き、本年も中国全土から小売店が参加する交流会で昨年よりも大きな展示スペースを確保し、切花と盆栽、2つの品目にて、日本産花きの総合展示とデモンストレーションを実施した。

日本産花きのPRの方法として、現物展示、デザイナーによるデモンストレーションについては、認知度向上に一定の成果を上げているが、実際、購買のアクション、販路開拓につなげるための動機づけが弱いと感じている。日本産花きのPRや品種展示の機会を販売促進や販路拡大につなげるために、興味度合が高く、購買意欲の旺盛な現地業者（来場者）については、展示花材を試供品として提供し、日本産花きの評価や反応を直接、ヒアリング、レポートするなどして、新たな取引につなげやすくするような、仕掛けを検討し、取り組んでいきたい。

６）－２　問い合わせについて（盆栽）

・会期中の問い合わせ数　　10　件
・問い合わせ内容についてのトピックス
　常州市隼楓苗園　：日本の盆栽でも少し高いレベルのものを購入希望。
　登博生太：展示の真柏と同種のものを提案した。サンプル画像送付にて対応。

７）－２　ＰＲの成果と今後の取り組み課題

今回は、昨年度と比較して、展示スペースは十分に確保できたが、ブースのロケーションが悪く、来訪者は昨年と比べて少ない印象を受けた。

植木・盆栽の市場に隣接するロケーションから来場を期待していた盆栽の小売・卸業者が非常に少なく、生花店やデザイナーが大勢を占めていた。同施設での展示会は2年目ということもあり、新鮮さが欠け全体的なモチベーションが下がっていたように感じる。

日本の盆栽に対する興味は引き続き旺盛であった。一般客には値段が高いという印象を持っているが、取扱業者や愛好家は、手軽で小さなものよりも、もっと高いレベルのものを求める傾向にあった。今回は、決して展示のプロデュースが悪かったわけではないが、昨年と比べ来訪者の反応は今一であった。来年はもう少し購買意欲の高い事業者やバイヤー向けの国際的な展示会やトレードショーへの参加を検討する。

別添2

（３）－５　中国・上海での日本産切花のPR展示・デモンストレーションの取組

①目的

在上海日本国総領事公邸、並びに上海日本文化センターで総領事館が主催するいけばなのイベントが開催される。また、在上海日本国総領事夫人はいけばなインターナショナルの上海支部 名誉会長職を務めている。

中国国内のVIPが多数招待されることが想定される当該イベントを日本の花文化の啓蒙と品質の高い日本産花きの需要拡大に向けた絶好のPRの機会ととらえ、日本産切花の展示と華道家の假屋崎省吾氏による日本産切花を使用したデモンストレーションを実施する。

このイベントを通じて、中国国内のVIP、富裕層に対して、日本の花文化を紹介するとともに、多品種で高品質な日本産切花の魅力を訴求し、ジャパンブランドの認知向上と需要拡大へとつなげる。

②実施内容

・対象国　　中国・上海
・対象品目　　切花（バラ・トルコキキョウ・グロリオサ・ダリア・マム・枝物・葉物）
・イベント名称
「在上海日本国総領事館・上海日本文化センターでの日本産切花・いけばなのPRイベント」
・実施期間　　2016年5月9日（月）～5月10日（火）
・実施会場　　在上海日本国総領事公邸、上海日本文化センター
・対象者　　中国国内のVIP、富裕層
・訴求内容　　日本のいけばな文化と高品質な日本産花きの魅力
　　華道家假屋崎省吾氏による日本産切花を使用したデモンストレーション
・イベントの周知　　総領事館による告知
・参加者の募集方法　　総領事館による募集

③実施体制

・参加会員　　株式会社フレネットＨＩＢＩＹＡ　　1名
・講師、デザイナー　　假屋崎省吾　氏　／　有限会社カリヤザキショウゴ

④実施結果

１）－１　ＰＲ展示・デモンストレーション・セミナー内容

名称「在上海日本国総領事館公邸でのいけばなイベント・日本産切花展示」
日程　　2016年5月9日（月曜日）18:30～20：30
参加者数　50名

在上海日本国総領事公邸にて片山和之総領事ご夫妻主催にてイベントを開催。

假屋崎省吾氏が日本産花きの特徴や枝の伝統的な活け方等を解説を交えながら生け花デモンストレーションを実施。出席者は、総領事ご夫妻からの招待客約50名、コロンビアなど他国領事婦人も数名のご参加。また、総領事公邸のエントランス・ダイニング・リビングなどに事前に活けこんだお花を展示。ガラス花器を使用した花材展示も行い、「美しい日本の花」のパンフレットを配布し、PRを実施した。

別添2

（写真）華道家　假屋崎省吾氏による日本産切花を使用した花活け

別添2

（写真）在上海日本国総領事夫人と假屋崎氏、いけばなインターナショナル上海支部

１）－２　ＰＲ展示・デモンストレーション・セミナー内容

名称「上海日本文化センターでのいけばなイベント・日本産切花展示」
日程　　2016年5月10日（火）18:30～20:00
参加者数　150名

総領事館に隣接する上海日本文化センターにてPRイベントを開催。総領事館からご招待を受けた中国国内のVIPや富裕層が100名ご参加。現地のテレビクルー（ICS　Channel Shanghai社）による取材もあり、盛況なイベントであった。假屋崎氏のデモンストレーションによる生け花伝統技法や日本産花きの素晴らしさをPRし、また、日本産花きの展示を行うとともに、「美しい日本の花」のパンフレットの配布を行った。

（写真）上海日本文化センターでの日本産花き展示と假屋崎氏によるデモンストレーション

別添2

２）展示花き・使用花きの品目品種リスト

今回の品目選定はメインでのイベントをおこなう華道家 假屋崎省吾氏による選定を中心に行った。華道で使う花材をメインに季節花材であるシャクヤク・ボタンなど中国人の好みに合わせた色合いや形状の花材も加えた。

展示花材の中では、HB系ユリの発色、HB系八重ユリの紹介は目を引いていた。
また、大輪系のトルコキキョウは日本国以外では生産されていないこともあり、トルコキキョウとは思えないとの声も多数聞かれた。定番化しているが、リンドウ・グロリオサは人気は非常に高い印象を受けた。今回、華道に興味を持たれている方の来場が多いこともあり、ドウダンツツジなどの枝物についても注目度が高く、日本産切花の品質の高さ、バラエティさを日本のいけばな文化とともに訴求することができた。

３）－１　ＰＲ用の配布物、掲示物

名称「在上海日本国総領事館公邸でのいけばなイベント・日本産切花展示」
「美しい日本の花」と「人気の輸出品目」のバナースタンドを4基 設置
「美しい日本の花」のパンフレット　20部を来場者に配布

別添2

３）－２　ＰＲ用の配布物、掲示物

名称「上海日本文化センターでのいけばなイベント・日本産切花展示」
「美しい日本の花」と「人気の輸出品目」のバナースタンドを4基 設置
「美しい日本の花」のパンフレット　40部を来場者に配布

４）メディアの掲載実績

プレス企業団体名　「ICS　Channel Shanghai社」
掲載メディア名　テレビ局

⑤問い合わせについて

本イベントは公館主催によるイベントのため日本産花きと日本の花文化のPRのみ

⑥ＰＲの成果と今後の取り組み課題

今回のイベントは公館主催による官民一体となった取組みにより、中国国内のVIP、富裕層に向けて、日本産切花の品質の高さや魅力、日本独自のいけばな文化について、社会的な認知度、知名度を高めることができた。最終消費者である富裕層向けに継続して日本産花きのPRと文化的な啓蒙を行うとともに、輸入切花の卸会社やバイヤーを対象に中国国内の国際的な見本市やトレードショーに出展し、上海や北京の主要都市だけでなく、中国全土に向けた商流の開拓に取り組む。

別添2

（３）－６　中国・北京での日本産花きの総合展示・デモンストレーションの取組

○　実施内容

1.　目的　　日本産花きの魅力を伝えること
2.　内容
①　イベント名称　　北京IPM
②　実施期間　　5月11日～5月13日
③　開催場所　　New China Exhibition Center
④　PR内容と実施結果

・日本産花き類の展示

海外向けで人気のある品目を中心に約30点、切花展示を行うとともに、日本産花材を使用した作品の展示、オブジェの展示を行った。ブースのレイアウト・作品の展示・オブジェの展示については、林豊蔵氏により監修した。　展示花材の選定については、中国向けで人気のあるグロリオサ、シャクヤクを中心に構成し、オキシペタラムやクレマチス、グラマトフィラムなどこれからの時期に他国向けでも人気のあるアイテムも展示した。盆栽はマツ類を主に３鉢展示した。

（写真）ブースの様子。人気の品目を中心に展示を行った。

・日本産花きのセミナー開催

林豊蔵氏による日本産切花を使った使用方法やアレンジの紹介をブース内で会期中に行った。

別添2

（写真）林豊蔵さんによる、日本産花き紹介・説明、パフォーマンスの様子
日本産花きのパフォーマン中の様子。
来場者から活発に日本産花きの使用方法等についての質問があった。

・盆栽のデモ

（写真）盆栽デモの様子
剪定方法についての質問がほとんど

⑤　実施体制

- ㈱なにわ花いちば　　3名
- ㈱フラワーオークションジャパン　1名
- ㈱アヤブリッジ　　2名
- 大宮盆栽協同組合　1名
- 事務局　1名
- ㈱蘭光園（デザイナー）　1名

⑥　使用した花材類

産地名	品目（学名）	品種名	品目・品種名（日本語）	花色	点数	本数	担当市場
渋谷宗一　長野県	CLEMATIS	BELL BLUE	クレマチス　ベル型　ブルー	青	1	60	なにわ
渋谷宗一　長野県	CLEMATIS	BELL PINK	クレマチス　ベル型　ピンク	桃	1	60	なにわ
大和クレマチス園　奈良県	CLEMATIS	MADAME VAN HOUTTE	クレマチス・白　"マダム　バン　ホーテ"	白	1	15	FAJ
大和クレマチス園　奈良県	CLEMATIS	THE PRESIDENT	クレマチス　"ザ　プレジデント"	紫	1	20	FAJ
大和クレマチス園　奈良県	CLEMATIS	INSPIRATION(ｲﾝｽﾋﾟﾚｰｼｮﾝ)	クレマチス　"インスピレーション"	桃	1	20	FAJ
千秋園　長野県	EUSTOMA	MOJITO	ﾄﾙｺ桔梗 "モヒート"	緑	1	15	FAJ
千秋園　長野県	EUSTOMA	WHITE	ﾄﾙｺ桔梗 (白)	白	1	15	FAJ
千秋園　長野県	EUSTOMA	MARBLE　BLUE	ﾄﾙｺ桔梗 "マーブルブルー"	複	1	15	FAJ
花遊楽　　栃木県	EUSTOMA	VOYAGE PINK	ﾄﾙｺ桔梗 "ﾎﾞﾔｰｼﾞｭﾋﾟﾝｸ"	桃	1	10	FAJ
花遊楽　　栃木県	EUSTOMA	WAVE	ﾄﾙｺ桔梗 "ウエーブクラシカ"	桃	1	10	FAJ
ナカソネリシアンサス　長野県	EUSTOMA	CORSAGE CASSIS	ﾄﾙｺ桔梗 "ｺｻｰｼﾞｭ ｶｼｽ"	赤	1	5	FAJ
ナカソネリシアンサス　長野県	EUSTOMA	CORSAGE LAVENDER	ﾄﾙｺ桔梗 "ｺｻｰｼﾞｭ ﾗﾍﾞﾝﾀﾞｰ"	紫	1	5	FAJ
ナカソネリシアンサス　長野県	EUSTOMA	CORSAG ANTIQUE PINK	ﾄﾙｺ桔梗 "ｺｻｰｼﾞｭ ｱﾝﾃｨｰｸﾋﾟﾝｸ"	桃	1	5	FAJ
ナカソネリシアンサス　長野県	EUSTOMA	CORSAGE MANGO	ﾄﾙｺ桔梗 "ｺｻｰｼﾞｭ ﾏﾝｺﾞｰ"	橙	1	5	FAJ
JA高知市　三里園芸集荷場　高知県	GLORIOSA	LUTEA	グロリオサ　ルテア	黄	1	40	なにわ
JA高知市　三里園芸集荷場　高知県	GLORIOSA	ZIPANG SASAYO	グロリオサ　ジパング　ササヨ	橙	1	40	なにわ
JA高知市　三里園芸集荷場　高知県	GLORIOSA	SOUTHERNWIND	グロリオサ　サザンウィンド	赤	1	40	なにわ
オーキッドフジタ　高知県	GRAM.SCRIPTUM	HIHIMANU	グラマトフィルム　スクリプタム　"ヒヒマヌ	緑	1	10	FAJ
中野市農協　長野県	PAEONIA LACTIFLORA	FUJI	シャクヤク　富士	桃	1	50	なにわ
中野市農協　長野県	PAEONIA LACTIFLORA	MIRAIKA	シャクヤク　三礼加	白	1	50	なにわ
中野市農協　長野県	PAEONIA LACTIFLORA	SARAH BERNHARDT	シャクヤク　サラベルナール	桃	1	50	なにわ
中野市農協　長野県	PAEONIA LACTIFLORA	TAKINO YOSOOI	シャクヤク　滝の粧	桃	1	50	なにわ
JA土佐あき　芸西集出荷場　高知県	TWEEDIA CAERULEA	ANGEL BLUE	オキシペタルム　"エンジェルブルー"	青	1	60	FAJ
JA土佐あき　芸西集出荷場　高知県	TWEEDIA CAERULEA	ANGEL WHITE	オキシペタルム　"エンジェルホワイト"	白	1	60	FAJ
JA土佐あき　芸西集出荷場　高知県	TWEEDIA CAERULEA	BRIDALROUGE	オキシペタルム　"ブライダルルージュ"	桃	1	80	FAJ
JA土佐あき　芸西集出荷場　高知県	TWEEDIA CAERULEA	PURE BLUE	オキシペタルム　"ピュアブルー"	青	1	100	FAJ

盆栽はカエデ、サツキ、シンパク、獅子頭モミジ、チリソンカズラ　いづれも現地でレンタル

別添2

⑦　配布物　美しい日本の花　３００部と盆栽リーフレット500部

⑧PRの総括

今回、北京において開催されたIPM北京へのブース出展を行った。　単に花材展示するだけでなく、中国は現在花き産業の伸び率が高く、そこで日本産花き類のアプローチをし商機にむすびつけらるようにすることもも目的の一つであった。　ＩＰＭ北京は北京で開催された花き関連の展示会としては最大規模である、との説明があった。期間3日間中の来場者は約4万人、うち約2.9万人がビジネス関連来場者。来場者は世界46の国地域からも。出展国は31国。　ヨーロッパの種苗会社、南米やアジアなど切り花生産輸出会社の出展も目立つ。中国への期待度の高さがうかがわれる。　一般消費者やフローリスト等業界関係者も多く訪れ、日本産花きの認知度アップに大きく効果があった。中国国内での切花消費が伸びてきている中で、輸入量も増加しているようである。既に２０１３年には約４５億本消費量があり、これはアメリカの消費量の約３倍。それをカバーするため生産国のコロンビア、エクアドル、などからの輸入が増えている。　日本産花き輸出もそれにその流れに乗りたいところだが、ようやく取り組みだしたという状況。輸出の障壁や課題など解決する点も多い。日本産花きはまだまだ一般層まで認知されていなことから、このような集客力のあるイベントにＰＲ出展したことは、それを通じて大きな効果があるとともに、消費者から需要を押しあげる形で、日本産花き輸出の拡大へつながるものと考える。今後、日本産花きの認知度の向上を図るためにも、当面は中国での継続的な出展が必要であると考える。

別添2

（3）-7　中国・杭州での日本産切花のＰＲ展示・デモンストレーションの取組

１．目的
浙江省杭州市内における日本産花き展示会での日本産花きのＰＲ

２．実施内容
・対象国　　中国
・対象品目　　切花
・イベント名称　日本花きフェアin杭州２０１６
・主催者名　　杭州電化科技城有限公司 緑化秀
・実施期間　　１１月１７日～２０日
・実施会場　　杭州テクノパーク　パーク全体面積：３００ｈａ　展示会場：１３００㎡
・対象者　　花き業界関係者、一般消費者
・訴求内容　　日本産花きの品質の高さ　　花きの最新情報の発信
・イベントの周知　　主催者側の手配　リーフレットの作成・ＨＰでの告知
・参加者の募集方法　主催者側の手配による

３．実施体制
　世田谷花き　　１名
　東日本板橋花き　　１名
　東京フラワーポート　　１名
　ＪＦ鶴見花き　　１名
　ＪＦ兵庫県生花　　１名
　事務局　　１名
　デザイナー　花Ｊｕｎ野田氏
　アシスタント　中丸花苑　中丸氏

展示中の様子

４．展示会の集客人数＊杭州テクノパーク調べ
ＢｔｏＢ向け展示会　　１７日　　１，５００人
　　１８日　　１，５００人
ＢｔｏＣ向け展示会　　１９日　１０，０００人
　　２０日　１５，０００人　（朝から大雨の天候）
　　合計　２８，０００人

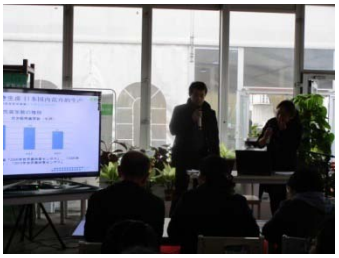
５．実施結果

別添2

（１） デモンストレーションの内容
①１７日　翌日のミニブライダルフェア用テーブルアレンジメントをメインステージで展開。
②１８日　ミニブライダルフェア　１８日の午前と午後に各１回ずつ開催
モデルは主催者側スタッフで新婚のカップルが登場。
参加者数　　各回３００人
③開催期間中は会場内展示スペースでミニデモンストレーションを仮設ブースで実施。
花束やアレンジメントを製作。また、技術的な手法や道具の使い方、中国に未導入の資材を使い通訳を介しながら見学者と質疑応答をしていく距離の近いデモンストレーションを展開。
④会場の様子
デモンストレーションは終始盛況で日本産花きを丁寧に説明しながら使用し品質の良さを伝えることができた。

（２）セミナーの内容
①１７日に展示会場と隣接する別棟にて開講
Ⅰ．日本フローラルマーケティング協会について　ＪＦＭＡ　松島氏
Ⅱ．花の取り扱い（日持ち）について　ＪＦ兵庫県生花　吉田氏
Ⅲ．日本の花について　東日本板橋花き　樋口氏

②実施結果　約100名の聴講者に日本の花きに品質について説明した。



（３）展示花き・使用花きの品目品種について
【グロリオサ】ミサトレッド、ルテア他１４０本を展示。中国ではすでに出回っているが注目度は高く、実取引の道が見えてきた感触を得られた。
【デルフィニューム】スタンダード、スプレーを計３２０本展示。

別添2

一部輸送ダメージが残ってしまい期間中に展示をやめたものがあった。
【バラ】スプレーのみ４００本を展示。花の状態がとてもよく、会場内でも人気の的となった。
【ダリア】４００本を展示。輸出用として切り前を固めで調整を要望。
前処理剤、後処理剤を使用することで入荷当初、すぐにダメになるかもと懸念していたが期間中展示可能状態を維持させることができた。
【トルコギキョウ】八重系のみ３６０本を展示。時期的に圧倒的なパフォーマンスを紹介することができた。
【スイートピー】１０００本を展示。出始め時期のため花数も３輪で長さも３５～４０ｃｍの展示にとどまったが、中国での市場出回りも少ないせいか人気があった。
【フランネルフラワー】岐阜県からの出展協賛依頼をいただき４０本を展示。丈が長く洗練されている草姿に初日の業界関係者（特に女性フローリスト）から好評をいただいた。
【ガーベラ】静岡県生産地より出展協賛依頼があり３０品種を展示。ガーベラ自体は中国国内でも頻繁に利用されている花材であるが、産地にて準備のボードを使った展示は視覚的にも目立ったこともありとても好評で場内での撮影スポットにもなった。

６．　ＰＲ用の配布物、掲示物
配布物や掲示物の内容

リーフレットを作成し４０００部配布した

７．メディアの掲載実績
会期前、会期中に地元のＴＶでＣＭやニュースまたＷＥＢ等で取り上げられていたとのことであるが、事後に聞いた話また中国語のため詳細は把握できていない。

別添2

参考）会場のマスコミの数　１２社前後
http://www.ishuo.cn/doc/ukgsviqf.html
http://news.yuanlin.com/detail/20161118/246327.htm
http://www.lnfishing.com/lshb/2016/1119/3387.html
http://www.bjajrs.com/yljz/2016/1119/1717.html
http://hsp8.com/rwjg/2277.html
http://qjwb.zjol.com.cn/html/2016-11/18/content_3438432.htm?div=0
http://news.163.com/16/1118/03/C64F52C0000187VI.html
http://www.cnhm.net/news/detail/id/189666
http://www.xsnet.cn/vod/xs/2016_11/2638590.shtml
http://www.xianghunet.com/video/detail/462066
http://m.toutiao.com/i6354204153467634177/?tt_from=weixin_moments&utm_campaign=client_share&app=news_article&utm_source=weixin_moments&iid=6252513133&utm_medium=toutiao_android&wxshare_count=3&pbid=29342363530&from=groupmessage&isappinstalled=0
http://www.ishuo.cn/doc/jbtqviqf.html

８．アンケート
テクノパーク日本花きフェア　主催者側の集計　報告事項
（１）日本の花の人気投票結果１位～５位（展示の花瓶にはられたシールでカウント）
①ダリア（４０９）
②トルコキキョウ（３５５）
③バラ（３２６）
④スイートピー（１８８）
⑤ラナンキュラス（１５７）

（２）展示している花で購入したいと思う花１位～５位（アンケートで聞いている）
①バラ
②ダリア
③スイートピー
④トルコキキョウ
⑤ラナンキュラス

（３）来場者からの意見
①展示する花の種類をもっと増やすほうがいいと思う。
②切り花以外、盆栽と園芸資材もたくさん見たい。
③花の展示以外、花関連のパフォーマンスをもっと見たい。

９．その他主催者側からの感想
日本産花きは中国でも需要があると思います。
（１）次回同じようなフェアを開催する時に必要な事
①展示された花は販売することができず、とても残念でした。展示用と販売用を同時に紹介できればいいと思います。
②花の展示について、いろんなテーマで分けた展示方法も面白いと思いました。
③一般来場者向けの展示では子供が多く、品種アンケートの台紙やシールがいたずらされたりしたためアンケートをとれませんでした。（アンケート実施体制の見直し）
④今回のセミナーは講演会であったが、次回は質疑応答形式の交流会やパネルディスカッションのような形式で、両国の花卉業界間の情報交換も行っていければと思っています。
⑤日本のデザイナーによるデモンストレーションはとても人気があった。

別添2

次回のイベント時にはデモの回数を増やしていきたいと思います。

（２）開催時期
開催は１０月下旬～１１月条中旬までが一番いいと思います。１１月下旬以降は寒さが厳しくなるため来場者数が少なくなることが予想されます。

（３）問い合わせ（商談）について
①会期中の問い合わせ（商談）数　　約１０件
②問い合わせ（商談）内容についてのトピックス
イベント後に既存の取り引き先からの問い合わせが増えた。

１０．最後に
ＰＲの成果と今後の取り組み課題
（１）商流・物流両面から上海を基点に構築することが無難であり可能性が高い。
また、価格的な面も航空便・船舶便を使い分けることで物流経費をどこまで圧縮できるかが継続のポイント。
（２）花を単体で紹介するだけでなく、フラワーデザイナーとの協業によるデモで好印象を持ってもらうことと、高価格の花の使い方を周知してもらうことで、日本産切花のファンとなってもらい供給を継続できる原動力になると思われます。

○ 展示品種リスト

品目	英名	学名	本数
グロリオサ	Glory lily	Gloriosa superba	160
デルフィニューム	Delphinium	Delphinium grandiflorum	340
リシアンサス	Lisianthus	Eustoma grandiflorum	360
ダリア	Dahlia	Dahlia pinnata	400
バラ	Rose	Rosa spp.	460
オキシペタラム	Southern star	Tweedia caerulea(=Oxypetalum caeruleum)	180
フランネルフラワー	Sydney flannel flower	Ａｃｔｉｎｏｔｕｓ ｈｅｌｉａｎｔｈｉ	30
ガーベラ	Gerbera	Gerbera L	150
ヒペリカム紅葉	Hypericum	Hypericum	50
スイートピー	Sweet pea	Lathyrus odoratus	1000
ユリ	Lily	Lilium	20

別添2

千両	Sarcandra glabra	Sarcandra glabra	60
リンドウ	Japanese gentian	Gentiana scabra	200
利休草	Stemona japonica	Stemona japonica	50
ハラン	Cast-iron plant	Aspidistra elatior	200
オクラレルカ	Iris ochroleuca	Iris ochroleuca	100
トクサ	Equisetum hyemale	Equisetum hyemale	200
キク	Chrysanthemum	Chrysanthemum × morifolium Ramat	100

別添2

（３）－８　中国・広州での日本花きのＰＲ展示・デモンストレーションの取組

①目的

中国向けの花きの輸出増加と新規輸出先顧客の開拓
日本産花きを用いたジャパンスタイルブーケや花束の提案

②実施内容

・対象国　　中国
・対象品目　　日本産切花
　スイトピー・リシアンサス・グロリオサ・デルフィニューム・ビバーナム・コデマリ
　バラ・利休草・スマイラックス・ラナンキュラス等
・イベント名称　FLOWER EXPO CHINA 2017 GUANGZHOU
・主催者名　　広東鴻威国際会展集団有限公司
・実施期間　　2017年3月13日から15日（3日間）
・実施会場　　広州国際ソーシングセンター2号館
・対象者　　中国国内外生花バイヤー及び一般入場者
・訴求内容　　日本産花きの丁寧な栽培やその花のポテンシャルを最大に引出した花の展示
・イベントの周知　　SNSの活用、展示会用パンフレットの作成及び配布
・参加者の募集方法　　展示会事務局がSNSで集客および、中国国内の関係者へ招待状を配布

③実施体制

・参加会員　　株式会社JF鶴見花き　平田敏道
　　株式会社東日本板橋花き　樋口博紀
　　株式会社世田谷花き　深川真人
　　東京フラワーポート株式会社　小塚和幸
・講師、デザイナー　梅垣　稔／BFT株式会社
・アシスタント　　加藤駿平／BFT株式会社　アシスタント
・通訳、通関各種手配等の業務委託コーディネーター　孫洪麗　　1人
・事務局　　1人

④実施結果

１）－１　ＰＲ展示・デモンストレーション・セミナー内容

名称：国際挿花花芸表演
日程　3／14（火曜日）　14：00～15：00
参加者数　　300人

実施結果コメント（デモンストレーションの様子、参加者の客層、反応など）
・開催直後から表演スケジュールの看板やデザイナー紹介のパネルを見た観客が梅垣氏の表演を待ちに待ったという感じで特に若い女性や中国内外のフローリストが一時間の梅垣氏のステージを見守った。今回のコーディネーター兼通訳の孫女史もステージ通訳も慣れており、梅垣氏の関西弁のトークを中国人にも分かる笑いも織り交ぜながら講演補助を行った。

別添2

ステージ上では、小さなブーケスタイルの花束やコデマリ等の花木を使った大きな花束でダイナミックな日本産花きの持つしなやかさと力強さを表現。

最後に現地でモデルになる女性にお願いし、女性の髪に花を組み付けていくヘッドアレンジで日本産花の持つ発色や繊細さを表現。

モデル女史の好意により、表演ステージ終了後も閉幕直後までヘッドパーツを付けたまま日本ブースで来場者に引き続き披露して頂き、来場者もどのような仕組みで髪に花を結いつけているかなどをデザイナーやモデルを囲んで賑やかな雰囲気であった。

別添2

２）展示花き・使用花きの品目品種リスト

・展示花き・使用花きの品目品種選定の理由、ポイント

今回の展示に関して、花の色目でブース展示を区分けし、来場者がどの色目の花の前で写真を撮るのが多いか？等を調査したいと思い白・緑・赤・ピンク・紫・青・黄の色ブロックに分けて展示をしました。そこではっきりしたのが、来場者の多くが若い女性で青・白・緑系の花をバックに写真を撮る事が多く見受けられ、ピンク・赤などは普段でも目にすることが多いのか、それほど、多くの反響が無く、昨今のトレンドが垣間見れた感じでありました。

・展示した日本産花きの反応、来場者から注目度の高かった品種、品目など

今回の展示において、前述したように色ブロックで配置した事により、白の中でもこれが良い！などの声も多く聞かれる中、コデマリやデルフィニューム等が人気が有り、香り重視で選ばれる方はスイトピーが圧倒的人気でした。また、スマイラックスや利休草などグリーンにも高い興味を示される方が多く中国でもかなり日本や欧米の感覚に近づいてきた感じが今回は強く感じました。

・品目・品種・産地名の入ったリスト（表）

品目	品種	産地名
スイトピー	ステラ・キャンディポップ等	岡山県・宮崎県
コデマリ	在来種	静岡県
リシアンサス	セレブホワイト等	富山県・高知県
デルフィニューム	プラチナブルー等	高知県
グロリオサ	サザンウィンドー・ルテア等	高知県
ラナンキュラス	モロッコ系・ラックス系等	長野県・長崎県
葉物	スマイラックス・利休草等	高知県等
ダリア	彩雪・黒蝶等	千葉県
ビバーナム	スノーボール	山形県
アルストロメリア	ブライズメイド・パラディソ	愛知県

別添2

３）－１　ＰＲ用の配布物、掲示物

・配布物や掲示物の内容

数量　2.000枚を（来場者）に配布　／バナーを9枚を掲示
ロールアップタペストリー2枚（事務局持参）をブース内に掲示
制作物についての来場者の反応、今後の改善点など
今回作成したパンフレットはA4四つ折りタイプを2.000部用意し
来場者へ配布を行い、各花の展示スペースの間にも数か所配置
パンレットを持ち帰る人が多く写真を撮る際にもパンフレットと花を併せて
写真を撮り人も多く見受けられました。

別添2

⑤問い合わせについて

・会期中の問い合わせ数　15件
・問い合わせ（商談）内容についてのトピックス

約半数位は個人店舗で日本産花きを取り扱いたいので、日本の花を私の店に送ってほしいといった依頼が多かったが実際、輸入バイヤーが中国国内5件（広州・大連・瀋陽・楊州・上海等）のほかアゼルバイジャン、モルディブ、台湾などのバイヤーも来場した際に、プライスリストを送ってほしいとの依頼があった。

⑥ＰＲの成果と今後の取り組み課題

今後に向けた改善点に関しては「今状態の良い花を展示する」はどのPR事業でも同じことではあるが、日本の産地背景からすると展示会で披露された花がその後、継続的に出荷が無いことが多い、また「出始め」の花を展示会に出展するのはリスクが高いがどの日本産花きの海外でのPRにおいて輸送耐性が高い商品ばかり紹介していても魅力を伝えきれないと考える中、今後、産地のリレー出荷等と同時に取引が無い市場からの商物分離方式である程度の出荷期間をカバーしながら相手国バイヤーの要望に応えていけるよう、市場・産地間連携が今後の大きな課題となりそれらを克服しないとより多くの商材の紹介は難しいものと考えております。

別添2

（３）－９　シンガポールでの日本産切花のＰＲ展示・デモンストレーションの取組

①目的

シンガポールで2年に1回開催される「シンガポールガーデンフェスティバル」を活用し、その機会にシンガポールはもちろん世界各国からシンガポールに来訪する花き業界関係者やシンガポール国内の一般消費者に、日本産花きの素晴らしさを認知していただくことを目的として実施した。

②実施内容

・対象国　　シンガポール
・対象品目　　切花
・イベント名称　シンガポールガーデンフェスティバル及び
　　シンガポール国内のフラワースクールを会場にした日本産花きPR
・実施期間　　2016年7月23日・24日
・実施会場　　シンガポールガーデンフェスティバル会場及び
　　Nobleman School of Floral Design
・対象者　　シンガポール国内花き業界関係者、一般消費者
・訴求内容　　花きに旬を迎える日本産花きの魅力紹介
・イベントの周知　　現地フラワースクールを通した事前告知等
・参加者の募集方法　現地フラワースクールを通した参加者募集

③実施体制

・参加会員　　豊明花き株式会社　２名
　　大田花き株式会社　１名
　　岩手県八幡平花卉生産部会　１名
・講師、デザイナー　　フラワーアーティスト　　丹羽　英之氏
・事務局　１名
・現地の協力会社　　Nobleman School of Floral Design
　　イベント会場及び関連資材の無償提供
　　イベント告知、参加者募集等

④実施結果

１）－１　ＰＲ展示・デモンストレーション・セミナー内容

名称　シンガポールガーデンフェスティバル会場内でのデモンストレーション
日程　7月23日（土）14時～16時
参加者数　　200人（主に一般消費者が対象）

実施結果コメント（デモンストレーションの様子、参加者の客層、反応など）
集客が図りやすい場所であったこともあり、多くの人にデモを見ていただくことができた。日本人らしい細やかなデザインに関心が集まっていた。

別添2

フラワーアーティスト　　丹羽　英之氏のデモンストレーションの様子

別添2

１）－２　ＰＲ展示・デモンストレーション・セミナー内容

名称　ガーデンフェスティバル内　丹羽氏作品への日本産花き使用を通した花材展示
日程　7月23日（土）～7月30日（日）

１）－３　ＰＲ展示・デモンストレーション・セミナー内容

名称　現地フラワースクールにおける日本産花き展示とデモンストレーション
日程　7月24日（日）　15時～20時
参加者数　　１５０人（主にシンガポール国内外のプロが対象）

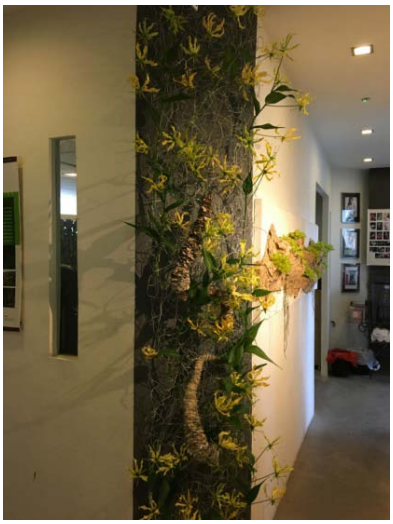
実施結果コメント（デモンストレーションの様子、参加者の客層、反応など）

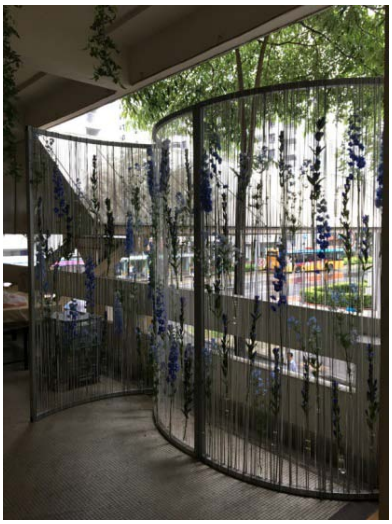
展示：夏場の日本産花きは露出度もまだ高くないため、多様な種類構成を見ていただくことができ、様々なアイテムに輸出の可能性が高まった。同時に、冬～春だけではなく、四季を通して多様な花きがあることをアピールできた。

別添2

デモ：日本人デザイナーとして丹羽氏、現地デザイナーとして会場のスクールを運営しているAnson氏の2名に、それぞれデモンストレーションをお願いした。使う花材は似たようなものでも、日本人の切り口とシンガポール人の切り口で違いもでて、日本産切花の使い方の可能性を広げる（知ってもらう）のに、非常に有意義な時間となった。
会場に入りきれないほどの集客となった。

別添2





別添2

Nobleman

Japanese

EXIT

Nobleman

Nobleman

Nobleman
Japanese

別添2

別添2

２）展示花き・使用花きの品目品種リスト

・展示花き・使用花きの品目品種選定の理由、ポイント
　日本産花きの中でも、夏場に強みを持つ花材（リシアンサス・リンドウ・グロリオサ）を中心とした花材選定にした。リシアンサスは周年を通して産地を変えながら供給できるアイテムであるため、認知度向上は産地間連携の意味でもプラスとなる。

・展示した日本産花きの反応、来場者から注目度の高かった品種、品目など
　リシサンサス、グロリオサ、リンドウ、バラ等

品目・品種・リスト

	品目名	品種名
1	Alchemilla molis	
2	Asparagus asparagoides	Smilax
3	Cosmos	Choco
4	Curcuma alismatifolia	Emerald Choco Zebra
5	Curcuma alismatifolia	Emerald Pagoda
6	Dahlia	Asahitemari
7	Dahlia	Carnelian
8	Dahlia	Kokucho
9	Delphinium	Super Platinum Blue Spray
10	Delphinium(Giant)	Aurora Blue Imp
11	Delphinium(Giant)	Lilac Candle
12	Delphinium(Giant)	Parfe
13	Eustoma	Kikoshi
14	Eustoma	N2 Lavender
15	Eustoma	N4 Green
16	Gentiana	New Hybrid Ashiro
17	Gloriosa	Lemon Yellow
18	Gloriosa	Orange
19	Gloriosa	Pearl White
20	Gloriosa	Southern Wind
21	Jasminum polyanthum	
22	Rosa	Mangekyo
23	Rosa	Orange Romantica
24	Rosa	Peach Avaranche
25	Rosa	Tenatule
26	Rosa(Spray)	Aoi
27	Rosa(Spray)	Aya

別添2

28	Rosa(Spray)	Heat and Beat
29	Rosa(Spray)	Hiilo
30	Rosa(Spray)	Shisui
31	Rosa(Spray)	Sola
32	Rubus	Baby Hands
33	Salix	Carl Glass Willow (Spray)
34	Eustoma	NF Blue
35	Eustoma	Semishigure
36	Gentiana	Ashirono Natsu
37	Gentiana	Summer Snow Ashiro
38	Scirpus tabernaemontani	Futoi
39	Asplenium nidus	Emerald Wave
40	Clematis	Addisonii King
41	Clematis	Belle of Working
42	Clematis	Duchess of Edinburgh
43	Clematis	Momoka Belle
44	Clematis	Pierrot
45	Cotinus coggygria	Green
46	Curcuma	Pink Peal
47	Echinops ritro	Veitch's Blue
48	Gloriosa superba	Pearl White
49	Hydrangea macrophylla	Rodeo Purpule Antique
50	Lathyrus latifolius	Summer White
51	Miscanthus sinensis	Miscanthus
52	Stemona japonica	Hime Rikyu 30cm
53	Stemona japonica	Hime Rikyu 60cm
54	Vaccinium corymbosum	Blue Berry
55	Bessera elegans	Bessera elegans
56	Chrysanthemum	Green Shamrock
57	Clematis	Addisonii King
58	Dianthus superbus	Temari
59	Echinops ritro	Veitch's Blue
60	Enkiantus perulatus	Dodan
61	Hosta	Giboushi
62	Iris ochroleuca	Ochroleuca leaf
63	Jasminum polyanthum	Hagoromo
64	Lilium longiflorum	Shinbihakuka
65	Rosa	Andalucía
66	Salix babylonica	Shidare Yanagi
67	Toxicodendron	Haze
68	Asplenium	Crispy Wave

別添2

69	Clematis hybrids	Bell Blue
70	Echinopus	Betty's Blue
71	Eustoma	Amber Double Bourbon
72	Eustoma	Beppinsan Lavender
73	Eustoma	Beppinsan Orange
74	Eustoma	Beppinsan White
75	Eustoma	Beppinsan Yellow
76	Eustoma	Kifujin
77	Eustoma	NF Antique Pink
78	Eustoma	NF Lavender
79	Eustoma	NF Mango
80	Eustoma	NF Marble Blue
81	Eustoma	NF Mona Pink
82	Eustoma	NF Snow
83	Gentiana	Ashirono Natsu
84	Gentiana	New Hybrid Ashiro
85	Gentiana	Summer Snow Ashiro
86	Gloriosa	Mascot Yellow
87	Gloriosa	Royal
88	Grammatophyllum	Hihimanu
89	Helianthus	Lemonade
90	Helianthus	Tohoku Yae
91	Oxypetalum	Mable White
92	Oxypetalum	Pure Blue
93	Rosa	Aoi Fuga
94	Rosa	Hina
95	Rosa	Kaolikazali
96	Rosa	Lin
97	Rosa	Miyabi
98	Rosa	Tsukihi
99	Rosa(Spray)	Éclair
100	Rosa(Spray)	Spray Wit
101	Rosa(Spray)	Strawberry Monrow Walk
102	Rubus fruticosus	Black Berry (Green)
103	Sanguisorba officinalis	Eri
104	Viburnum	Alpus Ruby
105	Viburnum	Dentatam
106	Chrysanthemum	Black Night
10	Chrysanthemum	Bon Bon Dark

別添2

7		
108	Chrysanthemum	Lolipop Purple
109	Chrysanthemum	Lolipop Purple
110	Dianthus superbus	Temari
111	Echinops ritro	Veitch's Blue
112	Elaeagnus	Elaeagnus(Vine)
113	Hydrangea macrophylla	Rodeo Purpule Antique
114	Hydrangea macrophylla	Rodeo Purpule Antique

⑤問い合わせについて

商売に絡む問い合わせはなかったが、消費者やプロユーザーから花に関する質問は多くいただいた。関心を持っていただいた証拠である。

・実施後の新規、既存内新規の商取引件数　　0件（一般消費者対象のため）

⑥ＰＲの成果と今後の取り組み課題

純粋な日本産花きのプロモーション（認知度向上、ブランド構築）の場として、東南アジアにおけるシンガポールガーデンフェスティバルは知名度も集客もあり、非常に有効な場であった。今後も継続して取り組んでいく価値があると思う。

別添2

（3）－１０　米フィラデルフィアでの日本産花きＰＲ展示・デモンストレーションの取組

実施内容

・目的

アメリカにおいては、当協議会員が卸業者向けの展示会、商談会を毎年行ってきた結果、日本産花きに関する理解は実際に取引を行っている卸業者にはある程度深まっており、その顧客である実需者（フローリスト、デザイナーなど）にも理解されつつある。しかしながら一般消費者レベルにおいては、まだまだ理解はおろか認知という面でも厳しい状況であり、広く一般消費者にむけてＰＲすることが必要である。また、これまでは、地域に密着した小規模の展示商談会を通じて、販路拡大を図ってきたが、今後は、全米をターゲットに広く普及啓発していくことも必要な段階になってきている。

昨年、アメリカにおいて一番歴史があり、最大の園芸イベントである、「フィラデルフィアフラワーショー」に協議会として出展し、高品質な日本産花きのＰＲ展示、及び、デモンストレーションを行い、花きの実需者である米国のフローリストに対して、日本産花きへの認知度アップと普及啓発に努め、輸出促進を図った。本年も継続して出展し、高品質な日本産花きのＰＲ展示、及び、デモンストレーションを行い、花きの実需者である米国のフローリストに対して、日本産花きへの認知度アップと普及啓発に努めた。

・実施内容

①イベント名称　フィラデルフィアフラワーショー　Philadelphia PHS Flower Show 2017
*PHS　Pennsylvania Horticultural Society
②実施期間　3月10日～3月19日
③開催場所　ペンシルバニアコンベンションセンター
④実施体制　なにわ花いちば　7名
ＪＡ全農おおいた　1名
事務局　1名
デザイナー　一社日本フラワーアンドコミュニケーション　3名

⑤PR内容と実施結果

・日本産花きの展示

海外向けで人気のある品目（グロリオサ・トルコキキョウ・スイトピー・ラナンキュラス等）を中心に約60点、切花展示を行うとともに、日本産花材を使用した作品の展示、オブジェの展示を行った。ブースのレイアウト・作品の展示・オブジェの展示については、華道家の大久保有加により監修し、日本のイメージを前面に押し出したブース構成とした。

フラワーショーのプレオープンデー（3月10日）に、フィラデルフィアフラワーショーに出展するブースのコンテストが行われ、フローラル部門で金賞を獲得、また全体のブースコンテストにおいて銀賞、アメリカフローリスト協会賞を取るなど、日本ブースが切花の良さ・デザインの良さが高く評価される形となったことにより、展示した日本産花きの関心をさらに引くことができた。

別添2

（写真）ブースの様子。日本をイメージして竹を使い、日本産花材を使ったオブジェを設置した。

（写真）ブース内の、切花展示コーナーの様子

（写真）コンテストにて、金賞を含め3つ受賞した

別添2

・日本産花きのＰＲ用パンフレット配布

ブースにて紹介される実際の日本産花きへより理解を深めてもらえるよう、会期中日本産花きを紹介するパンフレットを同時に行った。

・デザインコンテストにおける、日本産花きのＰＲ

会期中に会場内にて行われている、”デザイナーズスタジオ”という、様々なデザイナーを招待して、司会進行者とデザイナー、来場者と質疑応答方式で進められるフローラルデザイン作成コンテストにおいて、日本産花き（グロリオサ・トルコキキョウ等）を当協議会より提供を行い、日本産花きのPRも合わせて行い、日本ブースと合わせた相乗効果を狙った。現地の著名デザイナーたちからＰＲすることによりその効果が高まった。

別添2

（写真）デザイナーズスタジオの様子。
来場者から活発に日本産花きの使用方法等についての質問があった。

日本産花きの高付加価値性を効果的に訴求するため、デザイナーズスタジオを活用するため、フィラデルフィア事務局、生産地と調整をしながら、プロモーション方法について検討した。
また、現地卸のFacebookやWEBサイトに、このデモンストレーション・セミナーについて掲載を行い、集客を図った。

別添2

・メディアへの掲載実績
　　ＡＢＣテレビの取材　日本ブースの様子や日本産花きについての質問など

・ＰＲの総括

昨年に引き続き、本年もアメリカにおいて120年以上の歴史があり最大の園芸イベントである「フィラデルフィアフラワーショー」に協議会として出展を行った。本年は多くの賞を受賞するなど、日本産花きが高く評価されることとなった。また、今回はデザイナーズスタジオにおける、フローリストのパフォーマンス場面においても日本産花きのPRを行うことにより、日本ブースと合わせた相乗効果を図り、全米中より約25万人が訪れ、一般消費者やフローリスト等業界関係者も多く訪れる本イベントにおいて、アメリカにおける日本産花きの認知度の向上に大きな効果があり、消費者から需要を押し上げる形で日本産花き輸出の拡大へつながるものと考える。

別添2

（３）－１１　米 ロサンゼルスでの日本産切花のPR展示・デモンストレーションの取組

①目的

ロサンゼルス花市場にてフローリスト及び一般消費者に向けた展示イベントを実施し、日本産花きの認知度アップを図っていく。また、ロサンゼルス総領事館において、生け花を通した日本産花きのＰＲイベントを実施し、富裕層や日本文化愛好家向けに日本産花きの認知度アップに取り組む。

②実施内容

・対象国　　アメリカ合衆国（カリフォルニア州ロサンゼルス）
・対象品目　　花き（切り花）
・イベント名称　１）Southern California Flower Market における日本産切り花PR
　　２）ロサンゼルス総領事館における生け花を通した日本産切花PR
・実施期間　　１）2017年2月22日～23日
　　２）2017年2月23日
・実施会場　　１）Southern California Flower Market
　　２）ロサンゼルス総領事館
・対象者　　１）花き卸、フローリスト、他　市場に買付に来る花き産業従事者
　　２）ロサンゼルス現地における生け花従事者、その他一般
・訴求内容　　日本産切り花を用いた展示及びデモンストレーション
・イベントの周知、ＰＲの方法　　１）現地取引先による掲示、DM送信
　　２）総領事館による関係各社連絡
・参加者の募集方法　　１）現地取引先による掲示、DM送信
　　２）総領事館による関係各社連絡

③実施体制

・参加会員　　株式会社　大田花き　　1人
　　株式会社　大森花卉　　2人
・デザイナー　　宮内孝之／有限会社ぽち
・アシスタント　宮内ほのみ／有限会社ぽち
・事務局　　1人
・現地の協力会社　　１）New Zealand Bloom ／現地荷受け、輸送
　　Milagra ／展示販促場所提供
　　２）ロサンゼルス総領事館／生け花デモンストレーション開催

④実施結果

１）－１ ＰＲ展示・デモンストレーション・セミナー内容

名称　Southern California Flower Marketにおける
　　日本産切花展示・デモンストレーション
日程　2017年2月22日（水）～23日（木）　6：00～11：00
参加者数　延べ約150人

別添2

場内店舗の一角にて時間内常時展示、および人通りの多いタイミングにてデモンストレーションを実施。6:00～8:00まではプロのフローリストや業者関連が中心に来場し、今後の入荷予定や入荷希望品目など直接反応を伺うことができた。8:00以降は一般客も入場出来る時間帯のため、写真のみ撮影していく人が多く見られた。

Figure 1：展示風景 1

Figure 2：展示風景 2

Figure 3：デモ風景 1

Figure 4：デモ風景 2

展示品種は、既にロサンゼルスに輸出実績のある商材が中心であったが、初めて見る品種だという声も多く聞かれた。デモンストレーションはデザイナーが着物を着用して実施し、和傘を使用したアレンジメントや、ヘッドアレンジメントなどを制作。特にヘッドアレンジメントは注目を集め、写真を撮影する人が多く見られた。

Figure 5：デモ風景3

Figure 6：デモ風景4

Figure 7：デモ風景5

別添2

Figure 8：ヘッドアレンジ1　Figure 9：ヘッドアレンジ2　Figure 10：ヘッドアレンジ3

全体として、バレンタイン後の落ち着いた期間だった事もあり予測よりも人通りが少なかったが、展示店舗の常連客を中心にゆっくりと時間を取って商材説明をする事が出来た。今まで写真確認による受注が中心だったが、実際に商材を見ていただく事により新たに販促したい商材が増えたとのことだった。買い出しに忙しく足を止めていただけない場合も多かったが、持参した「美しい日本の花」のパンフレット400冊はすべて配布。

新規顧客を見つける目的の際は、大規模展示会に出展するのも一つの手であるが、直接の取引につながりにくい場合も多々ある。今回の販促は、訪問人数自体は少なくとも、直接の受注増加につながる交渉が多く、販促の費用対効果は高かったと言える。

1）－2　ＰＲ展示・デモンストレーション・セミナー内容

名称　ロサンゼルス総領事館／生け花デモンストレーション開催
日程　2016年2月22日（水）14：00～16：00
参加者数　　約50人

総領事館主催の生け花デモンストレーションに、日本産花きを提供。池坊、小原流、草月流の三流派がそれぞれ数点ずつのアレンジメントを作成し、総領事館内に展示。参加者は総領事館のアレンジにて招待され、領事館関係者や生け花関係者、その他一般など。

Figure 11：デモ風景1　　Figure 12：デモ風景2

別添2

各流派、事前に使用希望花材をお伺いし、当日お昼頃に領事館に持込み輸送を行った。人気花材はボリューム感のあるグロリオサやラナンキュラスなど。池坊、小原流、草月流のデモンストレーション実施者、その他参加者より一様に、ロサンゼルスでは日本の花材が手に入りにくく、初めて使用した花材が多い。是非今後も輸出を続けて欲しいとのご意見をいただいた。

Figure 13：会場装飾 1

Figure 14：会場装飾 2

デモンストレーション終了後、デモ会場のみならず総領事館の至る場所に作品を展示していただいた。約1週間程度は展示を継続し、来訪者にご覧いただくとのことだった。Southern California Flower Market内の卸業者には、大田花き/大森花卉経由での輸出以外にも他事業者からの輸出が数件あるが、同Market内での購入者以外にもまだまだ日本産花きの需要が見込まれるため、今後に向けた販促継続の必要性があると感じた。

Figure 15：会場装飾 3

Figure 16：会場装飾 4

Figure 17：会場装飾 5

２）展示花き・使用花きの品目品種リスト

展示に関しては、季節商材であり、現在の日本産花き輸出の主要品目であるスイートピーを中心に、定番のグロリオサ、ラナンキュラスを始めその他草花・葉物類を展示した。スイートピーはイタリア産の入荷があるが、丈、輪数、種類、花持ちにおいて日本産が優勢と定評がある商材。ラナンキュラスも同じくイタリア産の入荷があるが、サイズ、種類、花持ちにおいて評価が高い。グロリオサはオランダ産がつまみの状態で入荷があるのみで、枝の状態での入荷は他に見られず日本産が独占している。

別添2

生け花デモンストレーション用の花材は、事前に必要花材のリクエストにより準備したもの。ボリューム感のあるグロリオサ、ラナンキュラスや、その他スイートピー、サンダーソニア、アオモジ、ハランなど。

展示では、定番のスイートピー、ラナンキュラス、グロリオサは上記の理由にて安定した評価を得た。その他、利休草、スマイラックス、エメラルドウェーブ、ハランなど葉物の人気が高かったが、特につる物の利休草、スマイラックスはアレンジメントやブライダル用に是非使用したいとの声が多くあがった。その他、現地での流通が無い極小輪や変わり咲きのバラ（リトルウッズ、ラディッシュ）や、丈の長いパンジー、リューココリネなどの人気が高い。

生け花デモンストレーションでは、特にグロリオサの人気が高かった。先述の通り、現地にはオランダからつまみの状態での入荷はあるが、丈を長く使用する生け花では日本産の枝のしっかりしたものを是非今後も使用したとのことだった。季節的には春の生け花を一部テーマとしていたが、グロリオサの色調に合わせ、染の黄色のスイートピーの使用希望が多かった。その他、生け花では主流として使用するハランは現地でも一部流通があるが、日本産のもののほうがサイズ、質感、厚みがしっかりしているため使用しやすいとの声が上がった。

■ 品目・品種・産地名の入ったリスト（表）

Table 1：輸送1回目

品名		等階級立	数量	産地
ﾊﾞﾗ	ﾘﾄﾙｳｯｽﾞ	3-40	20	滋賀県　武田バラ園
ﾊﾞﾗ	ﾘﾄﾙｳｯｽﾞ	秀 3-　40	10	静岡県　静岡市農協
ﾀﾞｲｱﾝｻｽ	てまり草	秀 50	50	福岡県　右田誠一（熊本園芸）
ｱﾘｱﾑ	ｽﾈｰｸﾎﾞｰﾙ(ｱﾘｳﾑ)	秀２Ｌ	30	熊本県　木村　敏朗
ｱﾘｱﾑ	ｸﾞﾘｰﾝﾍﾟﾘｰ	秀 70	20	熊本県　熊本）熊本市農協
ｽｲﾄﾋﾟｰ	ｽｲﾄﾋﾟｰ ｲｴﾛｰ	４Ｐ２	50	大分県　南部佐伯）おおいた農
ｽｲﾄﾋﾟｰ	グレース	４Ｐ２	50	大分県　大野）おおいた農協
ｽｲﾄﾋﾟｰ	ﾗﾍﾞﾝﾀﾞｰ	４Ｐ２	50	岡山県　船穂）岡山西農協
ｽｲﾄﾋﾟｰ	ステラ	優２Ｌ	50	愛知県　渥美）愛知みなみ農協
ｽｲﾄﾋﾟｰ	ハッピー	４Ｐ２	100	宮崎県　尾鈴農協
ｽｲﾄﾋﾟｰ	式部	４Ｐ２	50	宮崎県　有）西岡農園
ｽｲﾄﾋﾟｰ	ｽﾌﾟﾗｯｼｭ	４ＰＬ	50	宮崎県　尾鈴農協
ｺｽﾓｽ	ﾁｮｺﾚｰﾄｺｽﾓｽ	秀 4-　50	50	福岡県　下川　嘉英
ﾘｼｱﾝｻｽ	ﾎﾞﾔｰｼﾞｭｸﾞﾘｰﾝ	秀 70	20	長崎県　平野　昭太
ｱﾈﾓﾈ ﾗﾅﾝ	モナリザ	秀 45	20	長野県　信州諏訪農協
ｱﾈﾓﾈ ﾗﾅﾝ	ｷﾗﾒｷ/ﾌｪﾗﾝ	ﾛｰﾇ60	10	長野県　株）フラワースピリッ
ｱﾈﾓﾈ ﾗﾅﾝ	ｷﾗﾒｷ/ﾌｪﾗﾝ	ﾛｰﾇ60	10	長野県　株）フラワースピリッ
ｱﾈﾓﾈ ﾗﾅﾝ	ｼｬﾙﾛｯﾄ	ｶﾙﾉ70	20	長野県　株）フラワースピリッ
ｱﾈﾓﾈ ﾗﾅﾝ	L.ｱﾘｱﾄﾞﾈ	ｾﾚｸﾄ65	30	長野県　株）フラワースピリッ
ｽｶﾋﾞｵｻ	ｽｶﾋﾞｵｻ ﾌﾘﾌﾘﾄﾓﾐ	秀 40	50	長崎県　フラワーガーデン寺尾
ｽｶﾋﾞｵｻ	ﾃﾗｿｳﾀ	秀 40	50	長崎県　フラワーガーデン寺尾
ｸﾞﾛﾘｵｻ	ｻｻﾞﾝｳｨﾝﾄﾞ	秀２Ｌ	20	高知県　三里農協
ｸﾞﾛﾘｵｻ	ﾊﾟｰﾙﾎﾜｲﾄ	Ｌ	20	愛知県　豊橋農協
ｽﾐﾚ	カルメン	40 ｃｍ	30	群馬県　みやび花園
ｿﾉﾀｷｭｳｺﾝｷﾘﾊﾞﾅ	ｶﾗﾍﾞﾙ(ﾘｭｰｺ)	60 ｃｍ	50	千葉県　丸朝園芸農協
ｿﾉﾀﾉｸｻﾊﾞﾅ	姫利久草	60 ｃｍ	50	東京都　川崎　グリーン
ｵｷｼﾍﾟﾀﾗﾑ	ﾏｰﾌﾞﾙﾎﾜｲﾄ	２Ｌ	30	高知県　有）笹岡花卉農園
ｴﾀﾞﾓﾉ	青モジ	秀２Ｌ	20	静岡県　とぴあ浜松花き物流セ
ﾊﾓﾉ	谷渡り	80 ｃｍ	10	沖縄県　高田　見諒
ﾊﾓﾉ	谷渡り	90 ｃｍ	10	沖縄県　高田　見諒
ﾊﾓﾉ	ｴﾒﾗﾙﾄﾞｳｪｰﾌﾞ	秀２Ｌ	50	福岡県　南筑後　瀬高中央
ﾊﾓﾉ	旭ハラン		30	千葉県　寺本　篤司

別添2

Table 2：輸送2回目

品名		等階級立	数量	産地
バラ	SPウイット(オールド)	70 cm	30	茨城県　中村薔薇園（茨城大田
バラ	ラディッシュ	秀 5- 60	30	静岡県　静岡市農協
アリアム	コワニー	秀2L	50	徳島県　延野）阿南農協
スイトピー	スイトピー イエロー	4P2	100	大分県　南部佐伯）おおいた農
スイトピー	ネイビーブルー	4P2	50	岡山県　船穂）岡山西農協
スイトピー	ステラ	4P2	50	岡山県　船穂）岡山西農協
スイトピー	パールホワイト	4P2	200	岡山県　船穂）岡山西農協
スイトピー	ファーストレディ	4P2	200	岡山県　船穂）岡山西農協
スイトピー	サマーS ホワイト	秀L	15	愛知県　豊橋農協
スイトピー	藤娘	4P2	100	岡山県　船穂）岡山西農協
スイトピー	リップルピーチ	4P2	50	神奈川　吉田　光晴　英晃農園
スイトピー	紅式部	4P2	50	宮崎県　有）西岡農園
スイトピー	ショコラ	4P2	50	岡山県　船穂）岡山西農協
コスモス	チョコモス#4(クロ)	35 ～ 45	50	三重県　奥　隆善
リシアンサス	ボヤージュブルー	L 3輪	20	高知県　日の出花き
リシアンサス	ボンボヤージュ(W)	秀 60 3-	20	佐賀県　津田　正孝
アネモネ ラナン	モナリザ	秀 45	20	長野県　信州諏訪農協
アネモネ ラナン	アネモネ モナーク	秀2L	20	福岡県　糸島農協（園芸連）
アネモネ ラナン	シャルロ/シャルロOR	カルノ70	20	長野県　株）フラワースピリッ
アネモネ ラナン	キラメキ/フェラン	ローヌ60	10	長野県　株）フラワースピリッ
アネモネ ラナン	シャルロットオレンジ	ローヌ70	30	長野県　株）フラワースピリッ
アネモネ ラナン	フェラン	ローヌ60	20	長野県　株）フラワースピリッ
アネモネ ラナン	煌 (キラメキ)	ローヌ50	10	長野県　株）フラワースピリッ
アネモネ ラナン	煌 (キラメキ)	ローヌ60	20	長野県　株）フラワースピリッ
アネモネ ラナン	L.ムーサ	セレクト55 ～	20	長野県　株）フラワースピリッ
アネモネ ラナン	L.ムーサ	EX 60	10	長野県　株）フラワースピリッ
アネモネ ラナン	シストロン	秀2L	20	熊本県　高内　良一
スカビオサ	テラヒナタバイオレット	秀 4- 50	50	長崎県　フラワーガーデン寺尾
スカビオサ	テラシスター	秀 40	50	長崎県　フラワーガーデン寺尾
グロリオサ	ミサトレッド	秀2L	20	高知県　三里農協
グロリオサ	サザンウィンド	秀2L	40	高知県　三里農協
グロリオサ	パールホワイト	M	20	愛知県　豊橋農協
アスチルベ	アメリカ	秀 70	50	栃木県　那須）なすの農協
サンダーソニア	サンダーソニア	60 cm	30	千葉県　丸朝園芸農協
ソノタキュウコンキリバナ	カラベル(リューコ)	60 cm	50	千葉県　丸朝園芸農協
ソノタキュウコンキリバナ	アンデス(リューコ)	60 cm	50	千葉県　丸朝園芸農協
ソノタキュウコンキリバナ	コキンペンシス(リューコ)	秀 60	50	山形県　遊佐）庄内みどり農協
ソノタノクサバナ	姫利久草	70 cm	50	東京都　川崎　グリーン
オキシペタラム	ピュアブルー	秀2L	30	高知県　芸西）土佐あき農協
エダモノ	雪柳	A 90 CM	30	福島県　JA夢みなみ　西袋集
エダモノ	青モジ	秀2L	20	静岡県　とぴあ浜松花き物流セ
ハモノ	スマイラックス	1m 50 L	50	鹿児島　有）南原農園
ハモノ	谷渡り	70 cm	10	沖縄県　高田　見諒
ハモノ	谷渡り	80 cm	10	沖縄県　高田　見諒

3）－1　PR用の配布物、掲示物

Milagra店頭での展示、デモンストレーション開催に関する案内ポスター
数量　100枚を展示及びデモ実施場所のMilagra社より顧客に配布。
その他、総領事館、New Zealand Boom、Milagra社経由にて一部データにて
招待客にメール送信。10枚をMiragla社の店頭に掲示

反応・改善点
ポスター自体の改善点は特に無く好評。事前の宣伝として、Market内だけでなく、
広く掲示する事も今後検討したい。

別添2

Figure 18：展示用ポスター

３）－２　ＰＲ用の配布物、掲示物

展示用に各品目・品種のラベル　　品種数分作成

ラベル自体の改善点は特に無く、分かりやすいと好評。

その他、農林水産省発行の「美しい日本の花」パンフレット400部すべて配布。

別添2

５）－１　New Zealand Bloom及びMilagra社へのヒアリング

対象数　　2人
回収数　　2人

現時点までの通常の取引きでは、商材リストと写真を参照して注文をするスタイルだったため、実物の状態が分からずに、価格が見合わないと思われる物は初めから注文をしない傾向にあった。今回、実物を店頭に展示した事によって購入者の反応を直接見る事が出来たと当時にすぐに注文が入った品目もあり、今後に向けた直接的な宣伝と販促が出来た事が非常に効果的だった。特にラインの美しいつる物（利休草、スマイラックス）や大輪のラナンキュラスなどは今後も需要があると見込まれる。スイートピーの出荷時期が終了すると日本産花きの輸出は鈍化する傾向があるが、夏・秋に向けてまたお勧めの商材があれば年間を通して取り扱っていきたい。

５）－２　生け花関連者ヒアリング

対象数　　10人
回収数　　10人

ロサンゼルスに日本産花きの入荷があること自体を知らなかったので、驚いている。生け花を志す者として、是非今後も日本産花きを使用していきたい。通常のレッスンのみならず、イベント時にも使用したい。但し価格の折り合いがつくか、また、欲しい時期に欲しい商材があるかどうかは、今後相談していきたい。生け花の場合は一つの品種が少量しか必要が無い場合も多いので、そのような対応をしてもらえると嬉しい。
品目としては、グロリオサ、大輪のラナンキュラス、アオモジなどが非常に感銘を受けた。
スイートピーについては、日本産は確かに丈が長く輪数も多いが、生け花の場合は丈を短くし1輪のみで表現することもあるので少しもったいない気持ちも残る。その他、生け花で非常に大事な枝物、葉物は現地に良い物が無い場合が多いので、季節に応じた枝物が定期的に手に入ると非常に嬉しい。

⑤問い合わせについて

・会期中の問い合わせ（商談）数30件
問合せに対する直接の交渉は、MilagraおよびNew Zealand Bloomが実施。
特に、大輪ラナンキュラス、利休草、スマイラックスの問い合わせが多数。

⑥ＰＲの成果と今後の取り組み課題

展示イベント自体は小規模であり、バレンタイン後の閑散期という事もあり予測よりも参加者数が少ない状態ではあったが、PR実施後、既存の取引先からの新規注文が入るなど、費用対効果の高いPR展示・デモンストレーションとなった。デモンストレーションのみを対象にするとやはりより多くの人に見ていただきたいため、次回は開催時期、場所、規模などを再考したい。また、晩春～早秋にかけてはカリフォルニアにて生産される良質の花が出回り、気温があがる季節でもあるため、日本産花きの輸出は鈍化する。年間を通した輸出取組が今後も課題。
総領事館でのデモンストレーションに関しては、現地の日本人と直接話をすることができ、現地の流通状態や需要を良く理解できた。今回のみならずイベント時には今後も協力していきたいが、少量を直接取引する事は難しいため、New Zealand BloomおよびMilagraとの連携が必要。海外における華道のネットワークは非常に広く需要も高いため今後もコンタクトを継続したい。

別添2

（４）　輸出環境課題の解決に向けた取組の実施

（４）－１　植木類の線虫対策技術交換会

①　課題と目的

植木・盆栽の輸出にあたって大きな課題となっている植木の線虫対策として、栽培段階から計画的に予防する手法を迅速に普及活用するため、平成２７年度に開催した線虫対策新技術連絡会議の成果に基づき、平成２８年度には、農研機構の中央農業総合研究センター及び植木・盆栽の主要な産地の都道府県試験研究機関（千葉県、埼玉県、愛知県、福岡県）等が、植木類の線虫事故防止コンソーシアムを形成し、３カ年計画で地域戦略プロジェクト（実証研究）に公募して取り組むことになった。

このため、これらの最新の研究成果情報の収集を行うとともに、植木・盆栽の産地や生産者等に分かりやすく予防対策技術を普及するための検討会を開催する。

②　調査・検討内容

ＥＵの植物防疫基準に対応した線虫対策の実践的な技術体系が実証研究されるので、この最新研究成果を全国の植木・盆栽生産者等へわかりやすく迅速情報提供するため、植木類の線虫事故防止コンソーシアムの関係者等構成する植木類の線虫対策技術交換会を平成２９年３月２８日に開催し、具体的な普及ＰＲ資料の取りまとめを行った。

・構成メンバー

立石　靖　　農研機構　中央農業研究センター上級研究員
加藤正広　　千葉県農林総合研究センター　花植木研究室長
石坂　宏　　埼玉県花と緑の振興センター　副所長
井樋昭宏　　福岡県農林業総合試験場　資源活用研究センター　苗木・花き部研究員
Gaspard Jerome　有限会社ネマテンケン　代表取締役
宮山　博　　千葉県植木生産組合連合会輸出入部会　部会長
佐藤建一　　一般社団法人日本植木協会　　専務理事
柴田忠裕　　株式会社常磐植物化学研究所　資源開発部長
　　（元千葉県農林総合研究センター　花植木研究室長）
西岸芳雄　　一般財団法人日本花普及センター　専務理事

・開催概要

日時：　平成２９年３月２８日（火）１４：００
場所：　中央区日本橋社会教育会館　９階　第２号洋室
内容：　a　千葉県、福岡県及び埼玉県における実証研究の３カ年計画の概要及び平成２８年度取組状況の紹介
　　b　農研機構及びネマテンケンにおける新しい線虫検査方法の開発計画の概要及び平成２８年度取組状況の紹介
　　c　日本花普及センター及び全国花き輸出拡大協議会のＥＵにおける植物検疫対策の実態調査や日本産花きのＰＲ活動の取組状況並びにＥＵへの植木類の輸出実績の紹介
　　d　全国各地の植木・盆栽産地や生産者への普及啓発について意見交換

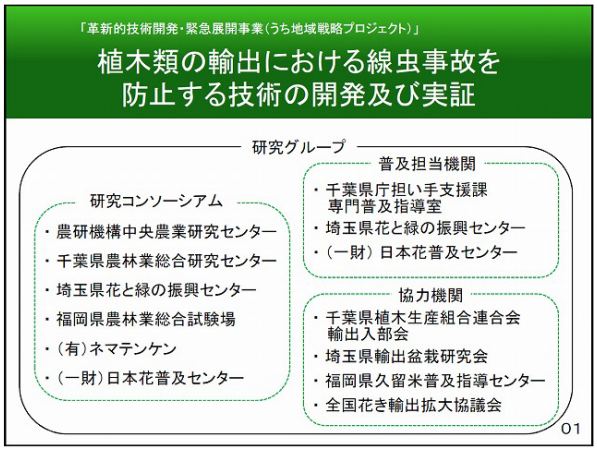
③　植木類の線虫対策技術交換会の成果と今後の取り組み課題

平成２８年度は、実証研究の第１年目であり、具体的に実証された技術成果がまだでていないが、実証研究の３カ年計画の目標と内容を整理して、全国の植木・盆栽産地の関係者に紹介できる普及啓発資料を取りまとめた。

別添2

特に、日本植木協会会員の中には、ＥＵへの植木・盆栽の輸出に当って、線虫事故で被害を受けた関係者もおり、輸出に対するリスクを強く感じているので、その資料は、平成２９年度中に、一般財団法人日本植木協会と連携して、ブロック研修会等で配布するとともに、場合によっては、全国花き輸出拡大協議会が平成２７年度から取り組んでいる海外での輸出促進ＰＲ活動の紹介と併せて講演会等を行うことも要請する。

なお、ＥＵへの植木・盆栽・鉢物等の輸出実績をみると、２００７年８８２百万円をピークに、線虫事故等の影響もあり２０１４年３８２百万円まで減少したが、その後、２０１５年６０６百万、２０１６年６７１百万円と増加しており、今後、この実証研究成果を基本にて、線虫対応農薬の安全かつ効果的な使用方法、薬害の生じた場合の回復養生方法等、具体的な普及ＰＲ資料の取りまとめを行い、一般社団法人日本植木協会や日本盆栽協同組合等と連携して、全国の植木・盆栽の生産者等へ迅速に情報提供を行う。



植木類輸出促進コンソーシアムと研究グループ

（写真）千葉県の植木隔離生産の実証研究

（写真）福岡県の植木の苗木の隔離生産の実証研究

埼玉県の盆栽の線虫再汚染防止の実証研究

別添2

（４）－２　アメリカ向け鉢物隔離生産技術体系確立連絡会

①　課題と目的

日本産鉢ものについては、現在、米国への輸出が認めれていないが、台湾では、米国の植物防疫機関が認定した鉢物隔離生産施設で生産された鉢物について、特別に台湾から米国への輸出が許可されている。

一方、最近、米国には高品質な日本産切り花の輸出ルートが定着されてきたので、国際的なコンテスト等で高く評価されている日本産鉢物についても、隔離生産技術を実証研究することによって、その成果が米国との植物防疫との協議が行われる場合に活用され、日本産鉢物の米国への輸出の可能性がある。

このため、花き研究所や鉢物の主要な産地がある都道府県の試験研究機関（愛知県、埼玉県等）及び鉢もの生産団体、学識経験者等で構成する連絡会議を形成し、隔離生産技術の実証研究に向けた計画を検討する。

②　調査・検討の内容

花き研究所や鉢ものの主要な産地がある都道府県の試験研究機関（愛知県、埼玉県等）及び鉢もの生産団体、学識経験者等で構成するアメリカ向け鉢物隔離生産技術体系確立連絡会議を３回開催して、隔離生産技術の実証研究に向けた計画を検討した。

・構成メンバー

新技術連絡会議の構成メンバーは、以下のとおりであり、検討内容に応じて順次構成メンバーを追加拡大した。

茂木敏彦　　日本洋蘭生産協会　会長
大澤克実　　日本洋蘭生産協会　事務局長
早川光樹　　日本洋蘭生産協会　消費担当理事
山口徳之　　愛知県農業総合試験場　園芸研究部　花き研究室長
二村幹雄　　愛知県農業総合試験場　園芸研究部　花き研究室　主任研究員
南　明希　　愛知県農業総合試験場　園芸研究部　花き研究室　技師
井上玲子　　埼玉県農業技術センター　農業革新支援担当　担当課長
藤木俊也　　山梨県総合農業技術センター　高冷地野菜・花き振興センター　支所長
加藤成二　　山梨県総合農業技術センター　高冷地野菜・花き振興センター　主幹研究員
近藤真二　　徳島県農林水産総合技術支援センター　農産園芸研究課　専門研究員
長村智司　　一般社団法人フラワーソサエイティー会長（元奈良県農業技術センター所長）
加藤淳太郎　愛知教育大学　理科教育講座　准教授
佐々木北斗　豊明花き株式会社　販売部 国際取引課　係長
堀越禎一　　神奈川県農業技術センター　普及指導部　果樹花き課長
國武利浩　　福岡県農林業総合試験場　資源活用研究センター苗木・花き部花きチーム長

・第１回連絡会議の開催概要

日時：　平成２８年８月２４日（水）１４：００～
場所：　中央区久松区民会館　第４号室
内容：　日本産鉢物生産における技術的な検討課題について
　　台湾産胡蝶蘭苗アメリカ輸出の事例
　　徳島県におけるシンビジウム研究成果事例や病害等
　　アメリカのハワイにおけるラン類の葉面線虫や病害虫等
　　アメリカ花き品目別市場実態調査報告書（植物防疫関係抜粋）

別添2

・第２回連絡会議の開催概要

日時：平成２８年１１月１１日（金）１３：００～
現地視察：茂木洋蘭園の高棟型屋外遮光生産施設（埼玉県本庄市）
会議場所：はにほんプラザ　会議室（埼玉県本庄市）
日時：　平成２８年８月２４日（水）１４：００～
内容：　日本産鉢物生産における今後の試験研究課題について
茂木洋蘭園の高棟型屋外遮光生産施設を視察するとともにに、アメリカ向け鉢物隔離生産技術体系の課題を検討
LED照射栽培の高品質・安定生産技術による鉢物コチョウランの輸出の実証研究
台湾におけるコチョウランやデンドロビウムの試験研究文献
ラン類のウイルス検出方法
豊明花き株式会社による最近の洋らん鉢物の輸出実績

（写真）茂木洋蘭園の高棟型屋外遮光生産施設（埼玉県本庄市）

・第３回連絡会議の開催概要

日時：平成２９年１月１２日（木）１４：００～
会場：中央区久松区民会館　１階　第１号室）
内容：　日本産鉢物生産における今後の試験研究課題について
各都道府県の試験研究機関等から、経営体強化プロジェクトに公募することを前提とした具体的な実証研究課題の提案・検討

③　アメリカ向け鉢物隔離生産技術体系確立連絡会議の成果と今後の取り組み課題

平成２８年度では、会員である日本洋蘭協議会の生産者及び洋蘭の主な生産県である愛知県、埼玉県、山梨県、徳島県、神奈川県、福岡県の試験研究機関関係者並びに愛知教育大学の研究者等の参加協力を得て、平成２８年８月からアメリカ向け鉢物隔離生産技術体系確立連絡会議を３回開催して、今後取り組むべき実証研究課題の検討を行った結果、当面のアメリカ向け鉢物輸出の対象品目としては、品種や栽培仕立て技術の優位性から海外との差別化が可能なコチョウラン及びシンビジウムを選定した。

また、具体的な技術の実証研究課題としては、植物検疫条件の緩和協議の前提となる基礎的な実証研究データの蓄積とともに、鉢物生産の品質向上及びコスト低減に資する新しい生産技術実証にも取り組むこととした。

別添2

【実証研究の技術課題】

○ウイルスをはじめ病害虫防除のための隔離生産施設の実証及び植物検疫データの蓄積
○高棟型屋外遮光等による冷暖房のエネルギーコストの低減
○アメリカの植物検疫基準に適したシンビジウムの培養土の新素材の開発
○ＬＥＤ照射や生育調整剤等を活用した品質向上・品質保持対策技術の開発

平成２９年度も引き続き連絡会議を開催して検討を行うとともに、平成２９年度中には、関係機関・団体等でコンソーシアムを形成して、革新的技術開発・緊急展開事業等の試験研究に関する公募事業に応募する。
更に、この研究成果に基づき、隔離生産技術体系の確立・普及とともに、日本と米国との植物防疫の協議開始を提言し、日本産鉢物の米国への輸出を実現させたい。

別添2

（４）－３　海外訪日客向け「手土産盆栽」販売のための検討調査

① 課題と目的

現在、観光庁の推進する訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン事業）のプロモーション活動により訪日外国人観光客数は増加し、２０１６年の推計では前年比２１．７％増の２４０３万９０００人となり、４年連続で過去最高を更新している状況にある。
花きの分野では、２０１７年の４月末に大宮世界盆栽大会が開催が予定されており、世界中より盆栽の愛好家が多数訪日する。さらには、２０２０年には、東京オリンピックの開催により、さらに多くの訪日観光客が増える見込みである。
これらの訪日観光客向けに手土産として販売している青果物同様、海外でも人気の定着している「ＢＯＮＳＡＩ」は訪日観光客の手土産として購買ニーズがあると考えられる。しかしながら、訪日観光客（個人）をターゲットにした手土産スタイルの「ＢＯＮＳＡＩ」の販売を実現するためには、各国の検疫条件に応じた空港での円滑な輸出検疫や相手国での輸入検疫をクリアしなければならず、販売、物流環境の整備が必要となる。
この検討調査会では、協議会員（盆栽の輸出事業者・生産者・事務局）が植物防疫機関の支援協力を得ながら、これらの訪日観光客が個人の手土産として日本の盆栽を持ち帰れるように各国の検疫条件に合わせた手土産盆栽の円滑な販売、物流環境を整備し、盆栽業界の発展に取り組む。

② 調査・検討内容

Ⅰ．検討調査会

・合同検討調査会（１）
日程　　：平成２８年６月１日（水）
場所　　：農林水産省 消費・安全局 第３会議室
参加者　：農林水産省　消費・安全局 植物防疫課、食料産業局 輸出促進課
　　生産局花き産業・施設園芸振興室、事務局
内容　　：平成２７年度の取組結果報告
　　平成２８年度の手土産盆栽の検討調査の取組方法の確認、協議

・現地調査前の検討会（１）
日程　　：平成２８年１１月２日（水）
場所　　：一般財団法人日本花普及センター
参加者　：ジャパンホートビジネス株式会社、事務局、大宮盆栽共同組合（欠席）
内容　　：調査対象国・樹種の選定、手土産盆栽の現地持ち出し調査内容の検討

・現地調査前の検討会（２）
日程　　：平成２８年１１月１４日（月）
場所　　：大宮盆栽美術館
参加者　：大宮盆栽共同組合、事務局
内容　　：調査対象国・樹種の選定、手土産盆栽の現地持ち出し調査内容の検討

・現地調査後の検討会（３）
日程　　：平成２９年２月２０日（月）
場所　　：ジャパンホートビジネス株式会社
参加者　：ジャパンホートビジネス株式会社、事務局
内容　　：台湾・ドイツの手土産盆栽持ち込み現地調査結果の確認、検討課題の共有

別添2

・現地調査後の検討会（４）

日程　　：平成２９年２月２１日（火）
場所　　：一般財団法人日本花普及センター
参加者　：大宮盆栽協同組合、事務局
内容　　：台湾・ドイツの手土産盆栽持ち込み現地調査結果の確認、検討課題の共有
　　シンガポールの現地持ち出し調査方法の確認

・合同検討調査会（２）

日程　　：平成２９年２月２２日（水）
場所　　：農林水産省 消費・安全局 第７会議室
参加者　：農林水産省　消費・安全局 植物防疫課、食料産業局 輸出促進課
　　生産局花き産業・施設園芸振興室、ジャパンホートビジネス株式会社、事務局
内容　　：平成２８年度の手土産盆栽の持込み現地調査の結果報告
　　平成２９年度の取組方針の協議

Ⅱ．現地調査

・目的

日本から手荷物として日本の盆栽を対象国へ持参し、空港到着後、輸入検疫、輸入通関が円滑に行われるかどうかの現地調査を行う。

・実施内容①

①−１　対象国

台湾

①−２　対象樹種

シンパク、クロマツ、ゴヨウマツ

①−３　検疫受検準備

日時　１１月７日（月）
内容　各盆栽の土壌を除去後、人工培養資材で栽植

①−４　輸出検査申請

日時　１１月１０日（木）　※輸出検査申請書提出

①−５　国内の植物防疫所での輸出検疫

日時　１１月１４日（水）　※渡航前に予約し受検
場所　羽田空港内の植物検疫所
内容　検疫官は、有害動物、土壌付着等の検査を行う。検査時間は１５分程度。

別添2

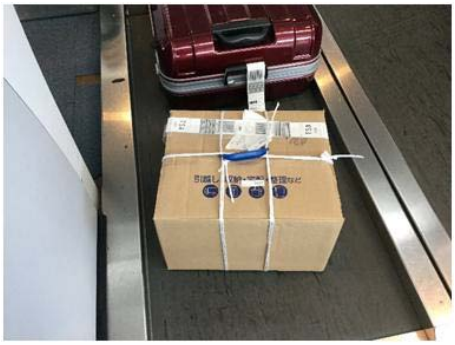
①-６　検疫証明書

PHYTOSANITARY CERTIFICATE

PLANT PROTECTION SERVICE
MINISTRY OF AGRICULTURE, FORESTRY AND FISHERIES
JAPANESE GOVERNMENT

日時　１１月１４日（水）
場所　羽田空港内の植物検疫所
内容　検査の結果、異常がないため証明書発給。
　　検査終了から発給まで１０分程度。

①-７　渡航日当日の手続き



日時　１１月１８日（金）
場所　羽田空港の航空会社のカウンター
内容　検疫証明書を取得した盆栽を梱包し、
　　受託手荷物で預ける。

①-８　相手国の植物防疫所での輸入検疫

日時　１１月１８日（水）
場所　台北松山空港到着 植物防疫所カウンター
内容　日本政府の輸出検疫証明書を提出。輸入検疫申請を行う。
　　検査官が植え付け材を調べる。（特に盆栽の根に土壌がついていないか）
　　植え付け材は人工培養資材であることを持参した資料で説明。
　　土壌でないことが確認され、検査合格となる。（参考 赤玉土は輸入禁止）
　　税関カウンターへ行き、輸入申告書を作成。（植物防疫所の許可印付き）
　　輸入許可となる。所要時間　約３０分。

①-９　現地調査結果

　台湾では、税関にて、輸入申告書を作成する必要があるが、特に煩雑な手続きもなく、スムーズに手荷物スタイルでの盆栽を輸入することができた。
　台湾の検疫条件に対応した品種を選定すれば、容易に手土産として購入できる。

別添2

・実施内容②

②−１　対象国

ドイツ

②−２　対象樹種

チョウジュバイ、ケヤキ

②−３　検疫受検準備

日時　１２月６日（火）
内容　栽培地検査を合格した盆栽（土壌付き鉢植え）を調達

②−４　輸出検査申請

日時　１２月１１日（日）　※輸出検査申請書提出

②−５　国内の植物防疫所での輸出検疫

日時　１２月１３日（火）　※渡航前に予約し受検
場所　羽田空港内の植物検疫所
内容　検疫官は、有害動物、土壌付着等の検査を行う。
　　検査時間は１０分程度。

②−６　検疫証明書

PHYTOSANITARY CERTIFICATE

PLANT PROTECTION SERVICE
MINISTRY OF AGRICULTURE, FORESTRY AND FISHERIES
JAPANESE GOVERNMENT

日時　１２月１３日（火）
場所　羽田空港内の植物検疫所
内容　検査の結果、異常がないため証明書発給。
　　検査終了から発給まで１０分程度。

別添2

②−７　渡航日当日の手続き

日時　１２月１４日（水）
場所　羽田空港の航空会社のカウンター
内容　検疫証明書を取得した盆栽を梱包し、
　　受託手荷物で預ける。

⑦−８　相手国の植物防疫所での輸入検疫

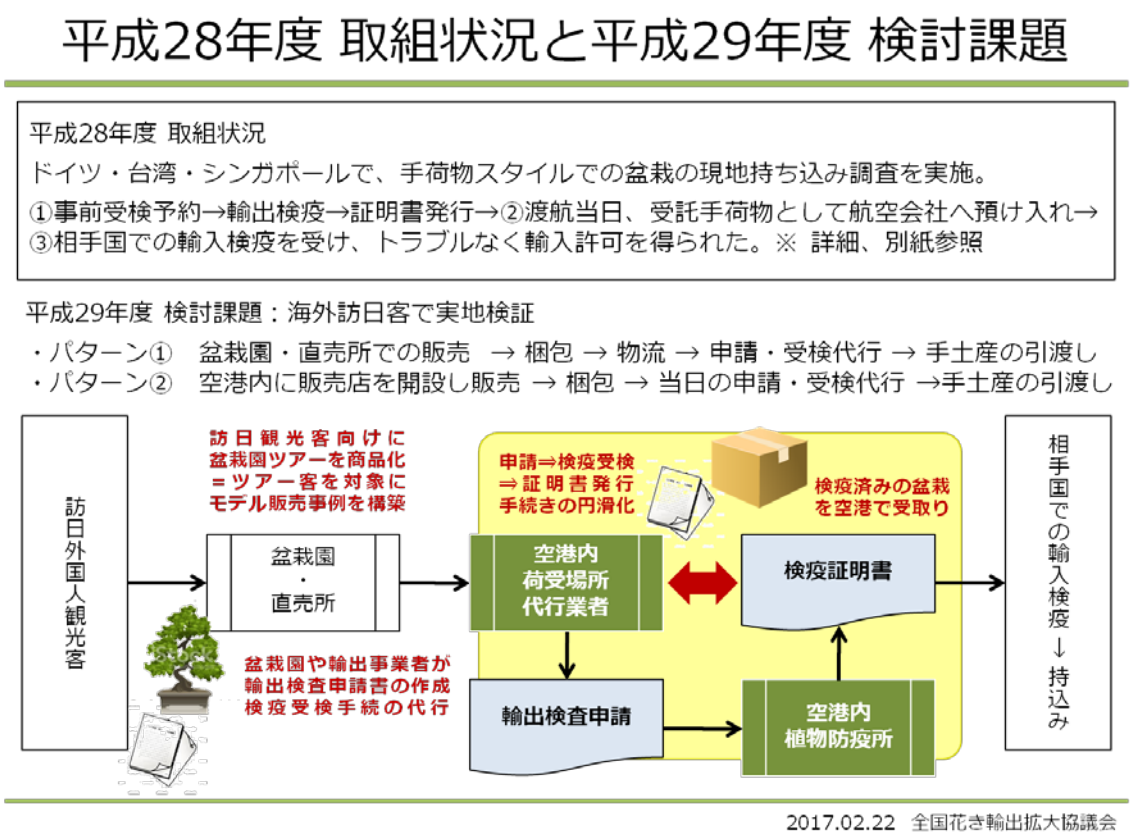
日時　１２月１５日（水）
場所　フランクフルト空港到着後、税関事務所
内容　税関申告レーンに行ったが、不在のため、税関事務所に行く。税関職員に植物を持参した旨を伝え日本政府の輸出検疫証明書を提出。
　輸入検疫申請を行う。税関内で手続きについて検討。（約１０分間）
　検疫証明書の記載内容を確認し、問題ないと判断。
　その後、盆栽の外観検査。異常がないことが確認され検査合格となりゲートを通過退出。
　輸入許可となる。所要時間　約２０分。

①−９　現地調査結果

　ドイツでは、輸入国の煩雑な手続きもなく、スムーズに手荷物スタイルでの盆栽を輸入することができた。
　ドイツの検疫条件に対応した品種を選定すれば、容易に手土産として購入できる。

別添2

④ 取組結果



⑤検討調査会の成果と今後の取り組み課題

平成２８年度は昨年度の検討課題として確認された「輸入相手国の検疫リスク」を現地調査で検証することを主眼におき、ドイツ、台湾で個人の手荷物スタイル（航空会社の受託手荷物）での盆栽の持込調査を実施した。

各々の輸出国の検疫条件を踏まえて数種類の手土産盆栽を選定し、①事前の受検予約→空港での輸出検疫→証明書発行→②渡航当日、受託手荷物にて航空会社へ預け入れ→③相手国での輸入検疫、以上、３つのプロセスで現地の持ち込み調査を行い、トラブルなく輸入許可を得られた。

平成２９年度は、今年度の検討成果を踏まえて、新たな対象国（韓国・シンガポール）での現地持ち込み調査を実施するとともに、国内、受入国での円滑な検疫手続きができるように、植物防疫機関の協力のもと、下記の３点の販売環境の整備に継続して取り組む。

①盆栽産地から空港までの手土産盆栽の物流体制と空港内の受検代行の仕組みづくり
②海外訪日客向け受検申請手続きのガイド、マニュアルの検討
③対象国の検疫条件を踏まえた根洗い等の受検対応の統一ルールの協議

なお、今年度の『海外訪日客向け「手土産盆栽」販売のための検討調査』の取組みの成果として当協議会の会員企業・団体である輸出事業者が千葉県農林水産部園芸振興室、日本盆栽協会 千葉支部と連携して平成29年度に消費・安全局の助成事業である「おみやげ農畜産物検疫受検円滑化支援事業」に公募し、成田空港内、或いは成田空港周辺に盆栽ショップを開設して手土産盆栽の販売環境整備と円滑に受検手続きを行うための仕組みづくりを執り行う予定である。これらの取組み事例については、本検討調査会にて進捗を共有し、普及啓発と課題改善に取り組む。

別添2

［2］ 海外販売促進、販路開拓の取組

（1） オランダ・アールスメア・トレードショーでの日本産花きのＰＲと販路開拓

①目的

日本産花きを「ロイヤルフローラホランドトレードフェア 2016 フェア」に出展し、欧州向けの輸出量増大を目指す。

②実施内容

・対象国　　オランダ
・対象品目　　グロリオサ・ブルースター・桜・スイートピー・金魚草
　　フランネルフラワー等
・イベント名称　ロイヤルフローラホランドトレードフェア2016
・主催者名　　ロイヤルフローラホランド
・実施期間　　2016年11月2日~4日
・実施会場　　ロイヤルフローラホランド　アルスメア
・対象者　　ロイヤルフローラホランド買参人　16,000人
・訴求内容　　日本産の高品質さ。
・イベントの周知、ＰＲの方法　　フライヤーの作成・HP・FACEBOOKでの告知
・参加者の募集方法　　買産権を持つ方々へのアプローチ

③実施体制

・参加会員　　株式会社フラワーオークションジャパン　3名
・講師、デザイナー、アシスタント　　Bloembinderij Lobke の　Lobke Nijhuis
・現地の協力会社　　KMS　JAPAN　現地資材配送、20 NU　ブース装飾

④実施結果

1）－１デモンストレーション

名称　デモンストレーション
日程　11月2日（水）~4日（金）各日1回　11時00分から
参加者数　　30人

デザイナーが、日本産花きを気に入り、熱のこもったデモンストレーションとなった。
バイヤーが足を止め、デモンストレーションを見た後、ブースに立ち寄るという流れが多かった。

別添2

■ 現地デザイナーによるデモンストレーションの様子

１）－２　ＰＲ展示

日程　11月2日（水）~4日（金）9時00分～18時00分
参加者数　　3,000人

今後、輸出時期が開始するスイートピーが商談の中心となった。厚物の菊も、注目を集め、商談商談することができた。多様な品目を展示したので日本の品目の多様性をPRできた。

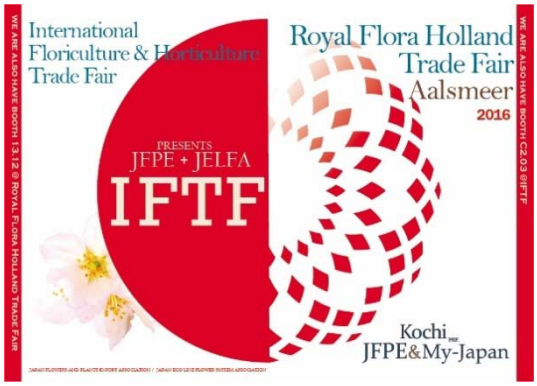
別添2

２）展示花き・使用花きの品目品種リスト

・オランダに流通しないものまたは日本とオランダでの出回りの時期が違うもの。
・スイートピー・厚物菊・ぜんまい

３）－１　ＰＲ用の配布物、掲示物

デモンストレーション案内・IFTFとのリンク
数量　　1000枚
IFTFとの連携で、こちらのブースからIFTF会場へも顧客を誘導できた。
デモ時間の告知がスムーズだった。



５）－１　日本産花きに関するアンケート

・対象数　　50人
・回収数　　32人
日本産花きの品質はよいが、値段が問題である。
出荷の時期の明確なカレンダーがほしい。
日本産花きを輸入してみたい。
日本にどんな品目があるか教えてほしい。
値段が高すぎる。
日本産花きは、輸入をしたことがある。

⑤問い合わせ（商談）について

・会期中の問い合わせ（商談）数　　60　件
・問い合わせ（商談）内容についてのトピックス
　商流・物流について
　商品・単価について
　日持ちについて
・実施後の新規、既存内新規の商取引件数　　30件

⑥ＰＲの成果と今後の取り組み課題

新規の顧客を獲得でき、輸出量の増加も見込める。達成度合いとしては、90%。
オランダの本格的な輸出時期にあわせての展示会なので、タイミングがよい。欧州だけでなく、アジア・アメリカの顧客も開拓できた。展示会開催が、日本の産地の切り替え時期なので、今後は前もって展示用の栽培をしてもらうことを検討する。

別添2

（２）ロシア・ウラジオストックでの日本産花きのＰＲと販路開拓

①　目的

福岡県産切花を中心とした日本産切花の品質の高さ、種類の豊富さをＰＲし、地理的特性を生かした取引（輸出）に繋げる。現地の卸会社のパートナーと連携し、切花の最終消費者である小売業者やデザイナーをターゲットに切花の現物展示、日本人デザイナーによるデモンストレーションを通じて、広く日本産切花の魅力を訴求し認知度を高め、販路拡大に取り組んだ。

②　実施内容

・対象国　　ロシア
・対象品目　　切花
・イベント名称
「JAPAN FUKUOKA FLOWER PROMOTION 2017」
・主催者の企業、団体名
福岡県花卉農業協同組合、福岡県産品輸出促進協議会
・実施期間　　2017年1月20日（金）
・実施会場　　ヒュンダイホテル　ウラジオストック
・対象者　　現地の小売業者、デザイナー等（切花の需要者）
・訴求内容　　福岡県産花卉を中心とした日本県産花卉の品質の高さ、種類の豊富さ
・イベントの周知　　現地輸入会社による小売業者等へのメール、電話、口コミ
・参加者の募集方法　　現地輸入会社による小売業者等へのメール、電話、口コミ

③　実施体制

・参加会員
福岡県花卉農業協同組合　　1人
福岡県産品輸出促進協議会　　1人
・講師、デザイナー、アシスタント
丸山佳恵 ／ 丸山生花店（福岡県飯塚市）
・現地の協力会社
KANNAM LLC

④実施結果

１）ＰＲ展示・デモンストレーション・セミナー内容
名称　「JAPAN FUKUOKA FLOWER PROMOTION 2017」
日程　2017年1月20日（金）18:00～20:00
参加者数　50名

・デモンストレーションの様子
開場前方にステージを設置し、その壇上で日本産切花の特徴を交えながら6点のアレンジメントのデモンストレーションを行った。カメラマンと大きめのスクリーンを準備しデザイナーの作業する手元がよく見えるようにした。現地に好まれる大きめのアレンジメントの他、日本的な手の込んだ小さなかわいい感じのもの、クラフト紙袋やウオッカのボトルなどを使ったもの。

別添2

・参加者の客層
50名の参加者のほとんどが女性で、小売業者やデザイナーがメイン。
なかには教育関係や冠婚葬祭事業者もいた。
・反応
アレンジメントが出来上がるたびに拍手が起こった。
日本的なものが特に人気が高かった。

【参加者からデザイナーへの質疑】
・結婚式にはどんな花が人気があるか（新婦の好み、季節的なもの）
・結婚式で使わない花はあるか（特に白キク。グリーンのキクは使うこともある）
・男性のためのブーケには何を使うか
（黒蝶等濃い色のもの。女性的な印象のある赤をあえて使っても面白い）
・子供のためのブーケには何を使うか（色とりどりのガーベラ）
・アレンジの際、花が倒れないようにどうしているか（枝や葉を編んで活ける）
・今、人気のあるラッピング（シンプルなもの。真っ白なもの）
・（デザイナーの）好きな花は？（ヒヤシンス。ブルーやパープルが好み）
・ウラジオストクでイメージされる花は？（輪の大きい複色バラ。ゴージャスな感じ）

（写真）壇上にはデザイナー、通訳、花卉農協（デモの合間に花卉の説明を行った）

（写真）細やかな作業も見えるようスクリーンを設置

（写真）日本産花きの展示やデモンストレーションでつくったアレンジメントを写真におさめる参加者

（写真）活発な質疑応答が行われた

また、当展示会の翌日にヒュンダイホテルが管理する映画館の空きスペースにて、一般消費者向けに展示ＰＲを行った。前日の展示会で小売業者・デザイナーに人気があった品目を中心に、アレンジメントも展示した。

（写真）老若男女多くの方から興味を持って頂きロシアの方にとって花が身近な存在であることが再認識できた

２）展示花き・使用花きの品目品種リスト

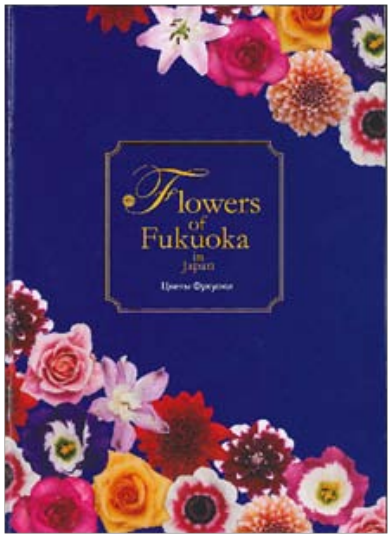
福岡県で代表的なトルコキキョウやダリア等を中心、に冬から春先に安定して輸出が可能な品目を選定。また、春をイメージできるスイートピーやラナンキュラスを紹介する事で豊富な品目（23品目・46品種）を紹介。資料1のとおり。
福岡だけではなく、宮崎・高知・大分・鹿児島・佐賀等の花きの紹介を行った。

・人気が高い物として、ラナンキュラス（大輪）・スイートピー・デルフィニュームで、バラやガーベラ等は、常時オランダから入っている事から評価が低い。

別添2

３） ＰＲ用の配布物、掲示物

パンフレットを200部作成し、展示会参加者や一般消費者に配付した。
パンフレットには、日本・福岡県の紹介をはじめ、花の品目毎に、写真数点と具体的な管理方法を記載した。



（図）きれいな写真で分かりやすい内容が大変好評だった。英語ではなく現地語で作成したことも評価を受けた。

（写真）品目毎に管理方法が違うことに関心があった

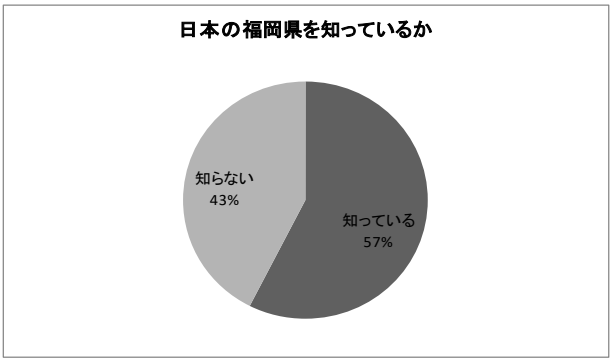
（写真）一般消費者は品種の多さに関心があった

別添2

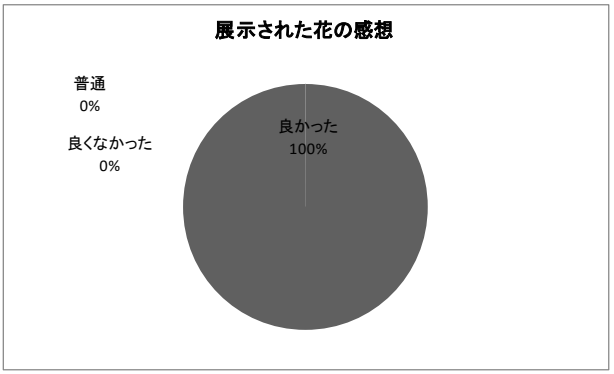
５）－１　展示会来場者アンケート

対象数　　50人
回収数　　40人

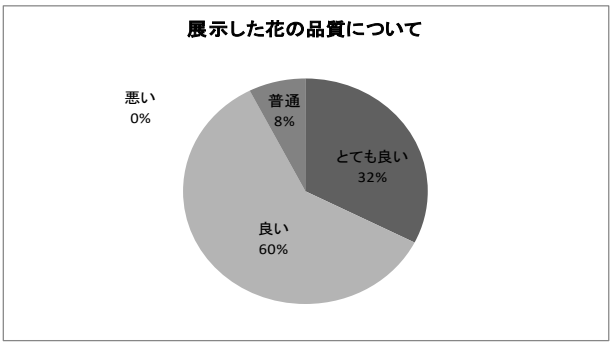
1.　日本の福岡県を知っているか



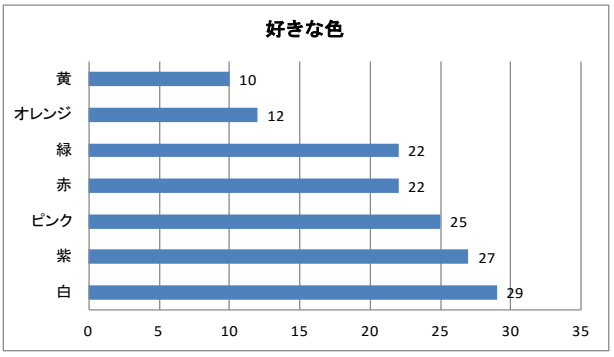
2.　展示した花の感想



3.　展示した花の品質について

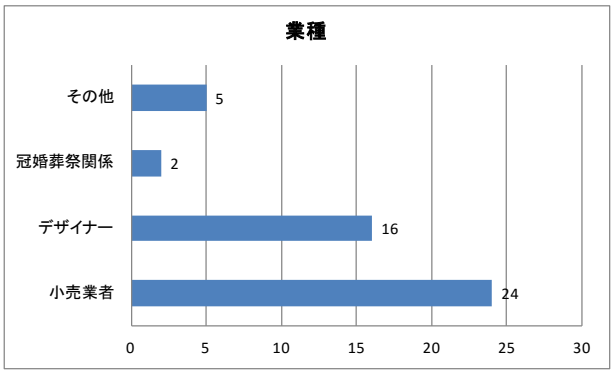


4.　好きな色（複数回答）



別添2

5.　来場者の業種（複数回答）



6.　展示した花のうち、取り扱ってみたい品目（上位のみ）（複数回答）

順位（票数）	品目	色	産地
1　（１３）	ラナンキュラス	オレンジ	宮崎
2　（　９）	スイートピー	ピンク	大分
3　（　７）	ラナンキュラス	ピンク	宮崎
4　（　６）	デルフィニューム	ブルー	福岡
〃	グロリオサ	イエロー	高知
5　（　５）	カラー	白	熊本
〃	オキシペタム	-	高知

⑤　問い合わせ（商談）について

・会期中の商談数　　0件
・実施後の新規、既存内新規の商取引件数　　1件
・問い合わせ（商談）内容についてのトピックス
実施後の新規商談が1件あり、切花の需要が高くなる女性の日（3月）に合わせて、チューリップを輸出することになった。

⑥　ＰＲの成果と今後の取り組み課題

【総括】
・今回の展示会の目的である日本・福岡県産花きの冬季主力品目を中心に展示ＰＲを行うことで需要者である現地の小売業者やデザイナーの嗜好を知ることができた。
・現在の現地小売店では販売品目数が少なく、日本産の多くの品目と使い方・飾り方を提案していく事で輸出が伸びて行くと思われ、来年度も継続で展示商談会に取組みたい。
・現地の気温がマイナス15℃という極寒の環境下で、リパックや梱包の工夫により、品質劣化のないの輸送を実現できた。

【取組課題】
・販路開拓という点においては、商談ブースの作り方、通訳の人員確保、パートナー輸入卸会社との輸出供給数量を踏まえた綿密な価格設定等、需要者のニーズに即座に対応できる商談環境の整備が必要となる。今後、改善して取り組む。
・人気のあった大輪系切花や丈のある商材を中心に紹介し、取引に繋げていく。
・国内の対応として、輸送コストの削減及び品質維持できる体制づくりを行う事が安定輸出に繋がる。

別添2

資料1　ウラジオストック展示用花材リスト

	品目	品種	色	本数	花瓶		英　名	
1	バラ	アマダ	レッド	10	大	0.5	rosa	福岡
2	バラ	ラプソディー	ピンク　淡い	10	大	0.5	rosa	福岡
3	バラ	テネレッア	ピンク　濃い	10	大	0.5	rosa	福岡
4	バラ	ゴールドラッシュ	イエロー	10	大	0.5	rosa	福岡
5	バラ	カルピーデューム	オレンジ	10	大	0.5	rosa	福岡
6	バラ	アバランチェR	ブルー	10	大	0.5	rosa	福岡
7	バラ	ドルチュータ	複色	10	大	0.5	rosa	福岡
8	スプレーバラ	ルビアナ	グリーン	10	大	0.5	rosa	福岡
9	スプレーバラ	アイリーン	ピンク	10	大	0.5	rosa	福岡
10	スプレーバラ	レディーラブ	レッド	10	大	0.5	rosa	福岡
11	オリエンタル百合	プロリム	レッド	10	大	1	Lily	福岡
12	オリエンタル百合	レクサス	ピンク	10	大	1	Lily	福岡
13	オリエンタル百合	クリスタルブランカ	ホワイト	10	大	1	Lily	福岡
14	カーネーション		ピンク	10	大	1	carnation	福岡
15	カーネーション		ツートンカラー	35	大	1	carnation	福岡
16	宿根カスミ草			10	大	1	Gypsophila	熊本
17	アスター	MIX		50	小	1	aster	福岡
18	アルストロメリア	MIX		40	大	1	Alstroemeria	大分
19	オキシペタム			50	小	1	Blue Star	高知
20	カラー		イエロー	10	大	1	Zantedeschia	熊本
21	カラー		グリーン	10	大	1	Zantedeschia	熊本
22	トルコキキョウ		パープル	10	大	1	Eustoma	福岡
23	トルコキキョウ		グリーン	10	大	1	Eustoma	福岡
24	トルコキキョウ		ピンク	10	大	1	Eustoma	福岡
25	トルコキキョウ		ホワイト	10	大	1	Eustoma	福岡
26	グロリオサ	サザンウインドー	レッド	10	大	1	Gloriosa	高知
27	グロリオサ	ルテア	イエロー	10	大	1	Gloriosa	高知
28	ラナンキュラス		ピンク	50	小	1	Buttercup	宮崎
29	ラナンキュラス	MIX		50	小	1	Buttercup	宮崎
30	アネモネ	MIX		100	小	1	Anemone	福岡
31	デルフィニューム		ライトブルー	30	大	1	Delphinium	福岡
32	デルフィニューム		ブルー	30	大	1	Delphinium	福岡
33	ダリア		レッド	10	大	1	dahlia	福岡
34	ダリア		ピンク	10	大	1	dahlia	福岡
35	ダリア		ピンク	20	大	1	dahlia	福岡
36	スイートピー		ピンク	50	小	0.5	Sweet pea	宮崎
37	スイートピー		パープル	50	小	1	Sweet pea	宮崎
38	スイートピー		ピンク	50	小	0.5	Sweet pea	宮崎
39	ストック	MIX		30	大	3	stock	福岡
40	フリージア		イエロー	50	大	1	Freesia	福岡
41	鉄砲百合			20	大	1	Easter lily	福岡
42	ガーベラ	MIX		50	大	2	gerbera	福岡
43	ハラン			30	大	1	cast-iron plant	福岡
44	ニューサイラン			20	大		Phormium	福岡
45	オクラレルカ			20	大		Iris ochroeuca	福岡
46	トクサ			10	大		Equisetum	福岡
	23品目			1,085		40		

別添2

（３）「香港フラワーショー」での日本産花きＰＲと販路開拓

①目的

香港の一般消費者に対し、日本産切り花を用いたデモンストレーションを行うことにより、そのユニークさと品質の高さを認知してもらい、「日本産切り花」のブランドロイヤリティを高める。

②実施内容

・対象国　　香港（中華人民共和国香港特別行政区）
・対象品目　　花き（切り花）
・イベント名称　　香港フラワーショー
・実施期間　　2017年3月18日（土）
・実施会場　　香港フラワーショー会場（Victoria Park 維多利亞公園）
・対象者　　香港フラワーショー ビジター
・訴求内容　　日本産切り花を用いたデモンストレーション
・イベントの周知、ＰＲの方法　　香港フラワーショー主催者による掲示
・参加者の募集方法　　香港フラワーショー主催者による掲示

③実施体制

・参加会員
株式会社大田花き　　１人
株式会社大森花卉　　１人

・講師、デザイナー、アシスタント
講師、デザイナー： Tonie Yuen（袁轉好）／Tonie Yuen Professional Floristry Program（艾花美插花藝術學院）
アシスタント：　上記學院の生徒の方々

・現地の協力会社
Brighten Floriculture Ltd.（繽紛園藝有限公司）／荷受けおよび引渡し

④実施結果

１）－１ ＰＲ展示・デモンストレーション・セミナー内容

名称　　Hong Kong Flower Show 2017 - Floral Art Demonstration "Love Story"
日程　　3/18（土曜日）15:30～16:30
参加者数　約300人

別添2

図1：会場の様子1

図2：会場の様子2

毎年3月中・下旬に開催される香港フラワーショーは、香港島中心部、銅鑼湾のVictoria Park（維多利亞公園）で開催され、10日間の期間中に50～60万人の来場者を集める、香港で最も大きな花き園芸イベントである。

図3：ブース展示「日本庭園」

図4：インドネシアブース

図5：フラワーアレンジメントコンテスト

図6：園芸品販売ブースも並ぶ

19ヘクタールの公園の中では、本年のテーマであるバラを使用した大掛かりなアレンジメントや庭園造形に加え、写真コンテスト、学生写生コンテスト、フラワーアレンジメントコンテストが行われている。また、香港の花き関連団体・協会、および、オランダ、インドネシア等、国毎の花きをテーマにしたブース展示も行われている。

デモンストレーションは、会場内に設置されたステージ上で行われたが、開演30分前には既に観客席が満席となっていた。

図7：イベント前夜の準備風景

図8：会場の観客席の様子

デザイナーのYuen氏はいけばな草月流の師範であり、日本の花き市場へ頻繁に訪問していることから、日本産花きについて熟知している。

図9：アレンジメント「アラジン」

図10：アレンジメント「美女と野獣」

デモンストレーションのテーマは、東洋・西洋の「ラブストーリー」をフラワーアレンジメントで表現するというもの。1時間のデモンストレーションで、①ギリシャ神話：アポロとダフネ、②ヴィーナス、③伊豆の踊子、④アラジン、②美女と野獣の5点の作品を、日本産切り花を使用して制作。

別添2

図11：日本産グリーンベルを観客に見せる

図12：日本産スイートピーで制作した傘を観客に見せる

日本産切り花を使用する際には、檀上のデザイナーYuen氏、および、司会者がそれぞれの品目・品種について説明し、また、説明中、アシスタントの方々が、フラワーアレンジメントに使用する日本産切り花をもって観客席をまわり、そのアピールを行った。

図13：デモンストレーションスタンドPOP上に、「株式会社大森花弁」の文言

図14：向かって左がデザイナーのYuen氏、右は香港特別行政府緑化事業部 余暇・文化課長のWendy氏

１）－２ 販促活動

名称　　Brighten Floriculture Ltd.での販促
日程　　3/18（土曜日）10:00～12:00
参加者数　約100人

香港のフラワーマーケット通り（花墟道）Brighten Floriculture Ltd.店頭にて、日本産切り花コーナーを設け、販売中の日本産切り花の販促を図る。

図15：香港フラワーマーケット通りの様子 図16：Brighten Floriculture Ltd.店内1

図17：Brighten Floriculture Ltd.店内2　図18：店内日本産花き販促コーナー

２）展示花き・使用花きの品目品種リスト

● 展示花き・使用花きの品目品種選定の理由、ポイント

デモンストレーションに使用した花きについては、デザイナーのYuen氏の使用希望花材と摺合せを行いながら特にこれまで香港へ輸出されていない品目・品種を選定した。

バラについては栃木・愛知・滋賀・山口、リシアンサスについては千葉、静岡等、多品種にわたる主要品目については産地間連携がとれるよう複数産地から調達を行った。

● 展示した日本産花きの反応、来場者から注目度の高かった品種、品目など

デモンストレーションの際、日本産切り花をもって観客席をまわったが、それを間近で見た観客は、「こんな花を見たことがない」という様子で興味深く見ており、多くの観客がカメラで写真を撮っていた。

別添2

注目度の高かった品目・品種は、

1	エピデン	ゴールドオレンジ
2	バラ	ブリランテ
3	スイートピー	ブルーフレグランス
4	ダリア	黒蝶
5	グリーンベル	小布施の郷
6	リューココリネ	ホワイト
7	アリウム	コワニー

３）－１　ＰＲ用の配布物、掲示物

- 掲示物内容：　香港フラワーショー　展示バナー
- 数量：　　１点
- 制作物についての来場者の反応、今後の改善点など

デモンストレーション時のアナウンスと、バナー上の「節目賛助　株式会社大森花弁」との表記により、同社のプレゼンスを高めることができた。

バナー上には「日本産花きを使用したデモンストレーション」との表記がなく、明示した方がよかったかもしれない。しかし、「日本産花きを使用するからデモンストレーションを見に行こう」という動機付けを観客に与えることは難しく、その場合、費用はかかるがオランダやインドネシアのように、日本としてのナショナル・ブース出展が必要である。

図20：香港フラワーショー展示バナー

別添2

５）－１　ＰＲ前／後の聞き取り調査

対象数　　12人
回収数　　12人

対象者の中で、花き業界関係者は皆、日本産切り花の品質の高さを評価していた。特に今回は、普段はあまり輸出を行っていない草花や枝もの類が多く、香港着荷時点では枯れてしまったように見えるものもあったが、特に忘れな草のような軟弱な草花でも、水揚げをすることで回復したことについて、驚いていたようであった。

また、花き業界関係者以外の一般消費者（香港フラワーショー主催者を含む）へのインタビューでは「これまであまり見たことがない」との意見が多かった。非常に繊細／軟弱な品目・品種が多く、輸送が難しいため、オランダ等からの輸入品も香港では見かけない。そのため、香港の一般消費者の目には珍しい切り花として映ったのであろう。

５）－２　Brighton Floriculture Ltd.社へのヒアリング

対象数　　1人
回収数　　1人

Brighton Floriculture Ltd.社の商品開発・調達マネジャーにヒアリングを実施。日本産切り花は、他の輸入切り花に比べ価格が高いので、どんどん売れるという状況ではない。しかし、調達コスト分の元はとれている。

日本産切り花を取扱うことは、商品ラインアップを拡充することに繋がるため、今後も取引を継続したく、また、より拡充したいので新しい品種等は積極的に教えて欲しいとの意見。

⑤問い合わせ（商談）について

・会期中の問い合わせ（商談）数　　0　件
・実施後の新規、既存内新規の商取引件数　0　件

一般消費者向けに販促イベントを行ったもので、新たな商談を期待したものではない。しかし、Brighton Floriculture Ltd.社からの注文は増加しており、また、商品ラインアップ拡充に向けた話し合いも継続している。

⑥ＰＲの成果と今後の取り組み課題

香港の花きマーケットには、日本産花きが既に多く入っているが、本件で輸出を行った繊細／軟弱な草花系切り花については、まだ需要開拓の余地があるのではないか、ということが理解できた。ただし、そのような切り花は、輸送時にダメージを受けやすく、梱包の方法について再検討する必要がある。

また、デモンストレーション終了後、香港フラワーショー主催者より、日本のナショナル・ブースをぜひ出展して欲しいとの依頼があり、今後検討する。

別添2

（4）ドイツ・バーツシェンドルフでの日本産植木のワークショップ・販路開拓

①目的

昨年度、ドイツ・エッセンでの日本産植木の総合展示・PRセミナーに際し、日本産植木に興味があり購入したいと思っているが、植栽後の管理方法、メンテナンス方法がわからず、購入（仕入れ）に躊躇しているという来場者からの声が聞かれた。今年度は、これを受けて、ドイツの「ROJI JAPANISCHE GARTEN」にて、植木の管理方法やメンテナンス方法の解説を交えた伝統樹芸士（日本人）による本格的なワークショップを行い、日本産植木のＰＲと更なる販路開拓に取り組む。

②実施内容

・対象国　　ドイツ・バーツシェンドルフ
・対象品目　　植木
・イベント名称
「NIWAKI WORK SHOP　IN GERMANY」
・実施期間　　2016年5月5日（木）～5月８日（日）
・実施会場　　ROJI JAPANISCHE GARTEN　　※ http://www.roji.de/
・対象者　　造園専門家、庭園専門家、ハウスメーカー、ガーデナー、日本愛好家他
・訴求内容　　日本の伝統樹芸士による日本産植木の管理方法、剪定方法
・イベントの周知　　「ROJI JAPANISCHE GARTEN」による周知（Web、FB等）
・参加者の募集方法　「ROJI JAPANISCHE GARTEN」による来場者への告知

③実施体制

・参加会員　　ジャパンホートビジネス株式会社　　1名
・講師、デザイナー　　鵜殿　忠芳　氏（伝統樹芸士）／　鵜殿造園
　　増田　真章　氏（伝統樹芸士）／　槇松園
・現地協力会社　ROJI JAPANISCHE GARTEN（会場設営、什器貸出、宣伝活動）

④実施結果

1）－1　ＰＲ展示・デモンストレーション・セミナー内容

名称「NIWAKI WORK SHOP」
日程　　2016年5月5日（木曜日）10:30～18:00
参加者数　19名

ベルリンを中心にその近郊から趣味で庭木を自宅に持っている人々や造園会社の設計士、あるいは、そこの従業員が来訪した。
多くの人たちは、通常の刈り込みは出来るが、松の葉の透かし切りなどのレベルの高い知識を必要とする技術に興味があり、修得を希望していた。
参加者全員が講師の手捌きや説明を熱心いていた。後半では、一人一人が実際に日本製の専用鋏を使って実技練習を行った。

別添2

（写真）5/5 ワークショップ開催風景

１）－２　ＰＲ展示・デモンストレーション・セミナー内容

名称「NIWAKI WORK SHOP」
日程　　2016年5月6日（金）10:30～18:00
参加者数　11名

造園設計士、庭木愛好家、ガーデナー、日本愛好家等、富裕層もみられた。
自前の鋏を持参し、実技練習に真剣に取り組む姿も見られた。質問が殺到し、回答しながらの実演講習となった。参加者の意識の高さがうかがえる。特に、松の葉の透かしの方法やシュロ縄の結び方、鋏の研ぎ方について興味を持ち真剣に聞いていた。

別添2

（写真）5/6 ワークショップ開催風景

別添2

１）－３　ＰＲ展示・デモンストレーション・セミナー内容

名称「NIWAKI WORK SHOP」
日程　　2016年5月7日（土）15:00～16:30
参加者数　20名

（写真）5/7 ワークショップ開催風景

１）－４　ＰＲ展示・デモンストレーション・セミナー内容

名称「NIWAKI WORK SHOP」
日程　　2016年5月8日（日）15:00～16:30
参加者数　30名

（写真）5/8 ワークショップ開催風景

5/7、5/8は、一般の訪問者が対象だったが、日本庭園に興味がある、あるいは日本庭園が好きな人々が訪問して来る。植木の剪定技術について興味を持っている様子で活発な質問なされた。

別添2

２）展示花き・使用花きの品目品種リスト

ゴヨウマツ、キャラボク、イヌツゲ

初日、２日目の来場者は、自分で庭木を所有している人、または、庭木の仕事に従事している人であり、日本の庭木に対して、非常に高い関心と多少の知識も持ち合わせている人々であった。

千葉県でもトップクラスの伝統樹芸士が実演すると、皆が真剣に観察し、即座に質問が飛び出てくる関心ぶりであった。その質問内容から自分の庭木を普段から鋏で手入れしていることが伺える。予定をしていなかった鋏の研ぎ方から竹の組紐の結び方まで教授した。

一人一人が見て覚えたことを後で実践練習を行うなど、満足度の高い内容となった。

日本の高度な剪定技術に皆が敬服し、それを少しでも習得して帰ってもらえたと思う。

後半の２日間は、日本庭園に興味がある一般の方々が対象であったが、それでも講師の鋏捌きを熱心に見ていた。時には質問をする場面もあった。

３）　ＰＲ用の配布物、掲示物

名称「NIWAKI WORK SHOP」
「美しい日本の花」と「日本産植木盆栽」のパンフレット　各50部 来場者に配布
「NIWAKI」の管理・剪定方法のレジュメ　50部来場者に配布

４）メディアの掲載実績

プレス企業団体名　「ROJI JAPANISCHE GARTEN」
掲載メディア名　フェイスブックによるワークショップPR

別添2

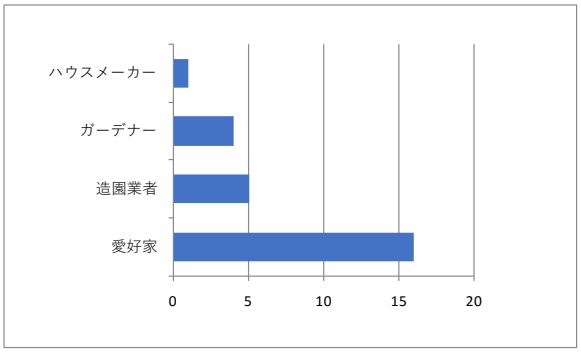
５）ＷＯＲＫ　ＳＨＯＰ 参加アンケート

対象数　　21人、回収数　　21人

集計結果

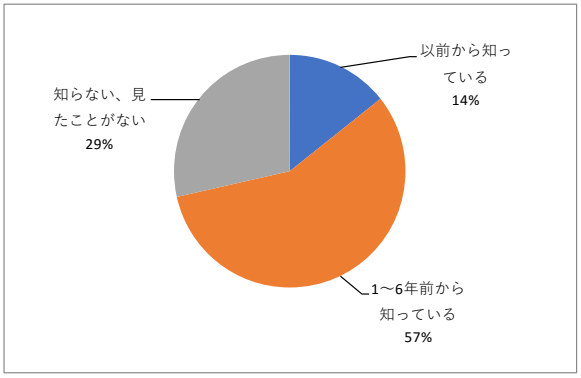
1.　あなたと庭木とのご関係、お仕事は何ですか？（複数回答）

愛好家	16
造園業者	5
ガーデナー	4
ハウスメーカー	1



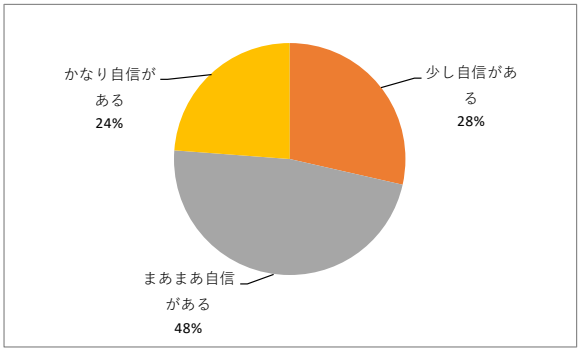
2.　NIWAKI ARTは過去からご存知ですか？

ずっと前からしっている	3
１～6年前から知っている	12
見たことがない	6



3.　NIWAKI ARTの管理・剪定に自信はありますか？

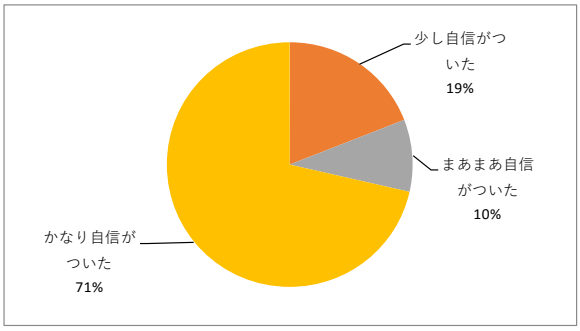
自信が全くない	0
少し自信がある	6
まあまあ自信がある	10
かなり自信がある	5



別添2

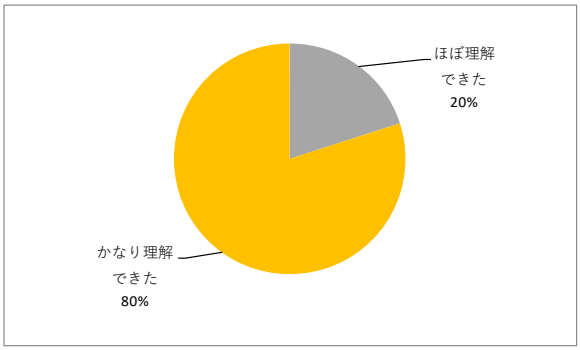
4. 今回のWORK SHOPで自信はつきましたか？

あまり変わらない	0
少し自信がついた	4
まあまあ自信がついた	2
かなり自信がついた	15



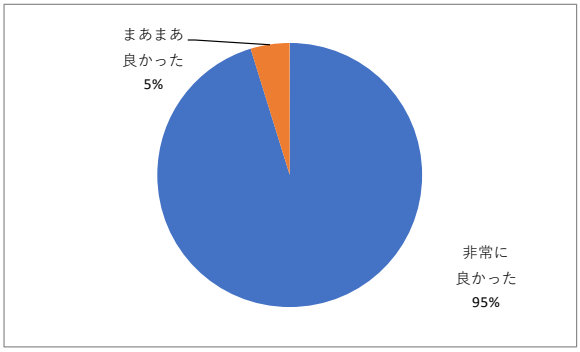
5. 今回のWORK SHOPはわかりやすかったですか？

あまりよく理解できない	0
少し理解できた	0
ほぼ理解できた	3
かなり理解できた	18



6. 総合評価をしてください。

良い	①	②	③	④	⑤	良くない
	20	1	0	0	0	



7. その他ご意見がありましたらお書きください。

とてもリラックスできました。
細い枝のカット方法を教えて欲しい。
色々と勉強になりました。アイデア豊富で良かったです。

別添2

⑤問い合わせ（商談）について

・会期中の将来性のある商談数　　2件
・実施後の商取引件数見込み　　1件

⑥ＰＲの成果と今後の取り組み課題

今回、日本の伝統樹芸士による本格的なWORKSHOPはドイツで初めて開催された。
WORKSHOPに熱心に参加する姿勢を見て、植木の管理や剪定に関する興味度の高さを再確認することができた。庭木を所有していたり仕事で関わっている人々であるため、今回のWORKSHOPを通じて、より一層、庭木に対する購買意欲を掻き立ててもらえたのではないかと考える。
今後も定期的にWORKSHOPの開催を継続することで日本産植木と庭木文化の魅力や楽しみ方を啓蒙し、かつ、購入時点での課題や障壁をクリアにすることで、更なる販売促進、販路拡大に取り組んで行きたい。