

【概要版】平成29年度輸出に取り組む事業者向け対策事業_事業実施結果報告書

(1) 販売促進、販路開拓の取組

(1) - 1. 中国・北京での日本産花きの販売促進、販路開拓

① 目的

今後経済成長が大きく見込まれる中国市場に向けて、未来の日本産花きユーザーとなるフローリスト向けに日本産花きのPR

② 実施内容

- ・対象国：中華人民共和国
- ・対象品目：切花
- ・イベント名称：日本産花卉 フラワーショー
- ・主催者 フラワースクール
- ・実施期間：2018年3月17日
- ・実施会場：中華人民共和国北京市
- ・対象者：一般消費者、プロ向け フラワースクール受講者
- ・訴求内容：日本の花の品質／品種数
- ・イベントの周知、PRの方法：ネット告知
- ・参加者の募集方法：インターネットでの告知

③ 実施体制

- ・参加会員
 - 株式会社大森花卉 1人
 - 株式会社大田花き 1人
- ・デザイナー
 - サミー／講師

活动特色



花艺师表演

本次巡展我们请到了美丽的侯筱筠Sammi老师来做花艺表演，活动现场将会给大家示范多款用日本进口花材完成的花艺作品。

Sammi老师在花艺界的战绩可谓是硕果累累：

- 2017年厦门金砖峰会会场花艺设计及统筹
- 作为Max van de Sluis助理参与2017年日本国际花园节花艺设计展示制作
- 作为世界杯花艺冠军Alex Choi的助手参加比利时2016年Fleuramour国际花展
- 参与清华艺术博物馆开幕酒会花艺设计制作
- 获得2016年婚礼花艺设计最佳视觉效果奖
- 参与2014年百度时尚指数发布会的花艺设计及制作

④ 实施结果 (植木・盆栽)

1) PR展示

- 名称 日本鲜花展
- 日程 2018年3月17日(土曜日) 9:00~17:00
- 参加者数 100人
- 实施结果

展示会场としたフラワースクールはフローリストが世界的に有名なデザイナーの集中講義を受講するために集まる場所である。来場者の多くは中国全土から集まるフローリストであった。すでに中国には、日本産花きは流通してはいるので、来場者は、価格や入手可能シーズンについての質問をされるが多かった。



イベントスペース



朝から多くの来場者あり



展示状況

1) -2 デモンストレーション

- ・名称 日本鮮花展
- ・日程 2018年3月17日(土曜日) 12:00
- ・参加者数 実際の現場 20人 / WEBサイト上 200人以上
- ・実施結果

展示場においてWEB配信型(Wechat)デモンストレーション
インターネット上にて、LIVE配信し、来場者以上にWEB閲覧者が多い。
中国のインターネット状況は非常に発展していることを、肌で感じる結果となった。



アリウムを使用した作品



ランンキュラスを使用した作品

1) -3 セミナー

- ・名称 日本鮮花展
- ・日程 2018年3月17日(土曜日) 17:00以降
- ・参加者数 多数
- ・実施結果

展示後の花材を、実際の集中講義の花材として提供し、日本産花きの良さを中国人フローリストに感じてもらうこととした。ほとんどの受講生は、自分の作品をSNSにアップするので、さらに多くの目に日本産花きが届く結果となった。



・スイートピーを使用した教室
日本産花きの良さはフローリストであるので、手に取った段階で分かること



・グロリオサを使用した教室
品質の良い日本産花きを使用することで、作品の質が上がると好評

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
海外向けに実績のある花材を選択。

<花材リスト>

品目	品種	産地	本数
バラ	ブラッドオレンジ+	群馬 前橋バラ組合	20
バラ	SPウイット(オールド)	静岡 掛川市農協	30
バラ	エクレール	静岡 清水農協そ菜花きセンタ	30
バラ	ラディッシュ	静岡 静岡市農協	20
カー	クリスタルフラッシュ	千葉 丸朝園芸農協	20
カー	ピンクハーツ	熊本 高内 良一	20
アリウム	グリーンハリー	熊本 熊本) 熊本市農協	20
アリウム	丹頂アリウム	熊本 熊本) 熊本市農協	20

スイピー	ラベンダー	岡山 船穂) 岡山西農協	50
スイピー	ステラ	岡山 船穂) 岡山西農協	50
スイピー	スカーレット	大分 南部佐伯) おおいた農協	50
スイピー	ファーストレディ	宮崎 有) 西岡農園	50
スイピー	クリスタルホワイト	大分 大野) おおいた農協	50
スイピー	オリビア	岡山 船穂) 岡山西農協	50
スイピー	式部	宮崎 有) 西岡農園	50
スイピー	紅式部	宮崎 有) 西岡農園	50
スイピー	アンティーク	大分 北部豊後高田) おおいた	50
スイピー	キャリン	岡山 船穂) 岡山西農協	50
デルフィニウム	SP マンブルー	愛知 豊橋農協	20
デルフィニウム	SP ハッピーピンク	愛知 豊橋農協	20
デルフィニウム	SP プラチナブルー	愛知 豊橋農協	20
コスモス	チョコモス#4(クロ)	三重 奥 隆善	50
ダリア	黒蝶	長野 みなみ信州農協 総合	10
ダリア	ミツヤン	千葉 フルール・セゾン	10
ダリア	朝日てまり	福岡 南筑後 瀬高中央	10
ダリア	マルコム ホワイト	高知 有) 笹岡花卉農園	10
ダリア	ラ・ラ・ラ	福島 ふくしま未来農協福島地	10
リジアンサス	セブブルー	富山 株) スマートフォレスト	10
リジアンサス	マリアライトピンク	栃木 篠原廣之 J A全農	10
リジアンサス	ボヤージュミドリ	長崎 平野 昭太	10
リジアンサス	セブクリスタル	静岡 彦坂農園 (エコファーマ	10
ランキュラス	YK-13LP-1(LP	長野 株) フラワースピリット	20
ランキュラス	シャルロット	長野 株) フラワースピリット	20
ランキュラス	煌(キラキ)	長野 株) フラワースピリット	20
ランキュラス	L.アリアドネ	長野 フラワースピリット3	20
ランキュラス	マヤース	長野 株) フラワースピリット	20
スカビオサ	テラリアピンク	長崎 フラワーガーデン寺尾	25
スカビオサ	テラライトラベンダー	長崎 フラワーガーデン寺尾	25
スカビオサ	ブチボンブラック	長崎 フラワーガーデン寺尾	25
スカビオサ	ブチボンホワイト	長崎 フラワーガーデン寺尾	25
グロリオサ	ルテア	高知 三里農協	10
グロリオサ	プレジASMーン	愛知 あいち中央農協碧南園芸	10
グロリオサ	サントウインド	高知 三里農協	10
デイデスカス	デイデイ.ピンク	福岡 岩部 光伸	10
デイデスカス	ブルーレース	福岡 岩部 光伸	10
スシ	エナリスシ		10

スシ	シャロンジャイ		10
スシ	カルメン		10
スシ	パレリーナ		10
サンダーソニア	サンダーソニア	千葉 丸朝園芸農協	20
リュウコ C. ホワイト	リュウコ C. ホワイト	山形 遊佐) 庄内みどり農協	20
カラベル(リュウコ)	カラベル(リュウコ)	千葉 丸朝園芸農協	20
コキハンス(リュウコ)	コキハンス(リュウコ)	山形 遊佐) 庄内みどり農協	20
スズラン	スズラン	長野 みゆき) ながの農協	30
ソリタノサバナ	利休草	茨城 木村千秋) 新ひたち野農	20
オキハタム	オキハタム(アカ)	高知 J A土佐あき 芸西集出	20
オキハタム	ピュアブルー	高知 J A土佐あき 芸西集出	20
オキハタム	マブルホワイト	高知 有) 笹岡花卉農園	20
コデマリ	コデマリ	静岡 湖西地区) とびあ浜松	20
雪柳	雪柳	茨城 石川 昇	20
スマイラックス	スマイラックス	鹿児島有) 南原農園	10

ランタンキュラスシャルロット/スイトピー/サンダーソニアが人気があるようである
コデマリも中国産との違いを理解している。

3) - 2 開場パネル

現地協力会社に作成を依頼



・会場エントランスパネル

⑤ 問い合わせについて (商談) について

次年度 (平成30年度) の冬季シーズンには継続的な取引が開始される予定

⑥ PRの成果と今後の取り組み課題について

中国においては日本産花きの流通が行われてはいるが、数量や地域が限られているのが現状である。今回プロモーションを行ったフラワースクールは中国全土より集まった多くのフローリストに日本産花きに触れてもらうこと、実際の自分の作品に使用してもらうことができた。

これが非常に重要な成果であり、フローリストの念頭に日本産花きの選択肢を植え付けることができたと考えられる。

今後の課題としては、インターネット環境や、物流環境が著しく発展している現在の中国に対し、供給サイド（日本サイド）がその仕組みについていくことができるかどうか鍵になると考えている。

(1) - 2. 中国・杭州での日本産切花の販売促進、販路開拓の取組

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2017
- ・主催者の企業、団体名：杭州伝化科技城有限公司 緑化秀
- ・実施期間：2017年10月25日～30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

③ 実施体制

- ・参加会員
JF兵庫県生花 6名
- ・デザイナー
アレンジメント講師 2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 日本花きフェア in 杭州2017
- ・日程 2017年10月26日（木）～29日（月） 9:00～17:00
- ・来場者数：16,651人

26日：1,515人、27日：846人、28日：5,525人、29日：8,765人



1) -2 PR展示・デモンストレーション・セミナー内容

①日本から2名の講師を招き日本の花を使ったアレンジメントのデモンストレーションを行った。

②同じく講師による参加型の講習会を1日に2回行った。資材も日本から仕入れたものを使用した参加型デモンストレーションは終始お客様が絶えることなく追加で講習会を開くなど大盛況に終わった。

1) -3 PR展示・デモンストレーション・セミナー内容

- ・日程：2017年10月26日 11:00～11:40、13:00～17:00
- ・場所：星創劇場
- ・テーマ：花卉園芸とオンラインオフライン販売
 1. 松島義幸：日本の大型量販店における花き園芸の経営
 2. 大西隆：ミニバラなど鉢物の付加価値向上技術の紹介
 3. 吉田智：切り花の水揚げ技術と品質保持技術の紹介と実演
 4. 陳海：日本花卉園芸の流通モードから私たちへの啓発
 5. 裴少軍：切り花—電子ビジネス界のヒップホップ
 6. 西村潤：日中花き業界情報交換会及び中国版「お花屋さんの仕事基本のき」の紹介
 7. 栗津道朗：サントリーフラワーズの今後の展望

2) 展示花き・使用花きの品目品種リスト

○ 花き輸出スケジュール

項目	日付	場所
パッキング	2017年10月23日午後	JF兵庫県生花 大阪本部
国内移動	2017年10月24日午前	株式会社YMS
輸出	2017年10月24日16時	関西空港
到着	2017年10月24日18時50分	中国 浦東空港
現地到着	2017年10月25日15時	杭州伝化
イベント期間	2017年10月25日～30日	杭州伝化

まず、輸出に際して、リパック時の本数決めが重要となり、コスト面で考えると1箱にたくさんの花卉を入れなければならないが、肝心の花への傷みが懸念される。そこでダリアなど花卉の大きなものは比較的余裕を持たせ、リパックを行った。

○ 現地花き到着後作業

花持ちに関してはバケツ・ハサミの除菌を徹底的に行い、バクテリア発生を抑える作業を行った。花き自体は産地への要望で切前を固めをお願いし、現地にてスミザーズオアシス社のクイックデ IPP・クリア 200 で水揚げを行った。その中でも特にダリア・クルクマ・カラー等、乾燥に弱い花きには、フィニッシングタッチで乾燥を抑えた。

結果、期間中、花持ちに関しては全体的に良い状態を保っていた。

<展示花材リスト>

品目	Item	Scientific name	ロット	品種数(色目)	実本数	リバック	箱数
カーネーション	Carnation	Dianthus caryophyllus sp.	50	5	250	250	1
SPカーネ			50	5	250	250	1
ナデシコ系カーネ			100	2	200	200	1
バラ	Rose	Rosa sp.	40	16	640	160	4
SPバラ			10	10	100	100	1
鉄砲ユリ	LILIUM LONGIFLORUM	LILIUM sp.	50	2	100	100	1
HEユリ	ORIENTAL HYBRIDS	LILIUM sp.	10	1	10	10	1
LAユリ	LA HYBRIDS	LILIUM sp.	50	2	100	100	1
スターデス	STATICE	LIMONIUM sp.	100	5	500	100	5
ストック	STOCK	MATTHIOLA sp.	100	3	300	100	3
SPストック			100	3	150	50	3
アルストロメリア	Alstroemeria	Alstroemeria L	30	10	300	100	3
グロリオサ	Gloriosa	Gloriosa superba sp.	20	5	100	20	5
カラー	CALLA LILY	ZENTEDESCHIA sp.	20	3	60		
ダリア	DAHLIA	DAHLIA sp.	20	15	300	20	15
日本水仙	NARCISSUS TAZETTA	NARCISSUS sp.	100	1	100		
サンダーソニア	SANDERSONIA	SANDERSONIA sp.	20	1	20		
クルクマ	Curcuma	Curcuma alismatifolia sp.	50	8	400	200	2
カスミ草	GYP SOPHILA	GYP SOPHILA sp.	40	2	80	80	1
トルコキキョウ	Lisianthus	Eustoma grandiflorum sp.	30	8	240	60	4
ガーベラ	Gerbera L	Gerbera L	100	3	300	150	2
リンドウ	Gloriosa	Gloriosa superba sp.	40	3	120	60	2
アスター	Aster	Callistephus chinensis sp.	50	3	150	50	3
セロシヤ	CHELOSIA	CHELOSIA sp.	80	1	80	80	1
ソリダゴ	SOLIDAGO	SOLIDAGO sp.	100	1	100		
ソリダスター	SOLIDASTER	SOLIDASTER sp.	50	1	50	150	1
スナップ	SNAPDRAGON	ANTIRRHINUM sp.	50	1	50		
ラークスパー(千鳥草)	LARKSPUR	CONSOLIDA sp.	40	2	80	130	1
クジャクソウ	Aster	Aster pilosus sp.	45	2	90	90	1
ブバルディア	Bouvardia	Bouvardia hybrida Bouvardia sp	50	1	50		
ストレチア	STRELITZIA	STRELITZIA sp.	20	1	20		
レースフラワー	AMMI MAIUS	AMMI sp.	50	1	50		
センニチコウ	Gomphrena	Gomphrena globosa sp.	100	2	200	100	2
コスモス	Cosmos	Cosmos bipinnatus sp.	100	1	100	200	1
マーガレット	MARGUERRITE	ARGYRANTHEMUM sp.	100	1	100		
フレモコウ	SANGUISORBA OFFICIALIS	SANGUISORBA sp.	90	1	90	90	1
オキシペタルム(クルースター)	Oxypetalum	Oxypetalum coeruleum sp.	30	3	90		
デルフィ	DELPHINIUM ELATUM	DELPHINIUM sp.	30	3	90	90	1
シネンシス	DELPHINIUM GRAN DIFLORUM	DELPHINIUM sp.	50	4	200	200	1
カラー60本、サンダーソニア20本、ブルースター90本、レースフラワー50本						220	1
ブバルディア50本、日本水仙100本、ストレチア20本						170	1
合計					6,210		71

5) - 1 品種別人気投票

一般人向けに人気投票を行った

今回、多くの品種を展示したが、圧倒的にダリアの人気が高かった中でも大輪の鮮やかなものが注目されていた。ダリアは大体予想していたが、意外にもシネンシス系のデルフィニュームも人気が高かった。

⑥ PRの成果と今後の取り組み課題

今回のフェア開催に向けて弊社では6・7・10月と3回中国への輸出試験を行ってきた。

これまではいずれも中国の花き関係者に向けて反応を見てきたが一般客に向けての展示会は弊社単独では今回初めての取り組みであった。

以前、中国の花屋、市場を拝見した感じではある程度、花は充実しているように見えたが、日本の市場と比べるとやはり種類はまだまだ少ないと感じた。そこで、今回、フェアに向けてどんな花を送るかというところで、市場そのまま持って行って日本の市場を中国の方に見てもらおうという事で出来るだけ多くの種類の花を送ることにした。

中国のお客様には多種の花、フェア最終日まで花がきれいに保っていたこと、品質の良さをわかっていただけたと思う。そして日本の講師による日本の花を使った講習会は、日本の花を大いに触れて知っていただいた良い展示会となった。

展示会終了後、中国の花き関係者様から日本の花卉に興味をもたれ是非、日本の花を輸入したいと前向きな話もあった。今回の商機を輸出拡大につなげていく。

(1) - 3. 中国・杭州での福岡県産の販売促進、販路開拓の取組

① 目的

福岡県産の花きの品質の高さ、品種の豊富さをPRし、現地バイヤーの招聘や現地調査により、既にコネクションがある現地パートナーを通じて販路を拡大し、地域の需要に応じた花きの輸出拡大に取り組む

②実施内容

- ・対象国：中国
- ・対象品目：切花
- ・イベント名称：福岡県産花き杭州展示商談会
- ・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：平成30年3月10日（土） 1日
- ・実施会場：三谷珈琲（コーヒーショップ）Café Sangu's（杭州市新業路200号 华峰国际102室）
- ・対象者：現地の卸売業者、小売業者、デザイナー等
- ・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、PRの方法：現地輸入会社による小売業者等へのメール、電話、口コミなど
- ・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、口コミなど

③実施体制

- ・参加会員
 - 福岡県花卉農業協同組合 2人
 - 福岡県産品輸出促進協議会 1人
 - (株)福岡県花き流通センター 2人

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 福岡県産花き杭州展示商談会
- ・日程 平成30年3月10日(土曜日) 11:00~17:00
- ・参加者数 約15名

・実施結果

(全般)

- ー福岡県産花きの質の高さ・品種の豊富さを展示・商談会でPRし、現地バイヤーによる来場者へのフォローアップにより、取引拡大をはかった。
- ー既に取引のある杭州の業者も来場。展示・商談により更なる取引提案を行った。

(場所、会場)

- ー杭州は中国で最も勢いのある企業の1つ、アリババの本拠地。街は清潔で、高層階のオフィスビルが立ち並ぶ大都会。人口も一千万人を有しており、マーケットとして期待できる。
- ー会場はオフィスビル1階のコーヒーショップの一部。土曜日だったため、オフィスワーカーはなく、落ち着いて展示・商談ができた。

(花の売れる時期)

- ー情人節(2月14日)や七夕、クリスマスなどに、多くの花の需要があるとのこと。

(現地産との比較)

- ー昆明の市場(オークション)から中国国内産の多くの花が届いている。しかし中国産の花は、見た目も悪く、品質も悪い。具体的には、「太くて見た目が悪いうえに、折れ易い」と言った声があった。逆に「日本産は細くて見た目が良い上に、丈夫」という来場者もいた。

(今後)

- ー今回、福岡県産花きの杭州で初めての展示商談会であった。ロシア・ウラジオストクでの取組みが急きょできなくなり、短期間で取組み先を探したため準備に時間が無い上、中国大陸の春節明けの時期であり、調整は困難であり、本番も心配された。しかしながら、輸入会社がしっかりしていたことから、適切な会場を選択し、綺麗にディスプレイするだけでなく、今回の訪問中に花市場などで多くの関係者と面識を持つことができた。
- ー今回の展示会を今後も開催希望する声が多く、次回はもっと多くの品種を持参したい。

(参加者の客層)

- ー杭州市内の花市場に3社あるといわれる卸売業者の1社
- ー花屋

(参加者の意見)

- ー10日以上の日持ちが必要

写真(外観)



写真 (展示状況)





写真 (商談状況)





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

- ・福岡県産花きのシーズンの花を持参。
- ・福岡県産に無い「グロリオサ」や「スイートピー」など、品質が良く競争力のある他産地の花きをチョイスして持参。

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

- ・スイートピー
- ・ダリア
- ・オキシペタウム
- ・グロリオサ
- ・ラナンキュラス など

品目・品種・産地名の入ったリスト (表)

- ・表1 杭州へ輸出した品目一覧

産地	日本名	英名
----	-----	----

福岡	花	アネモネ	ANEMONE
福岡	花	ダリア	DAHLIA
福岡	花	スカビオサ	PINCUSHION FLOWER, SCABIOUS
福岡	花	フリージア	FREESIA
福岡	花	ホワイトレースフラワー	BISHOP'S WEED
福岡	花	アゲラタム	FLOSS FLOWER
宮崎	花	スイートピー	SWEET PEA
宮崎	花	ラナンキュラス	RANUNCULUS
高知	花	グロリオサ	FLAME LILY
高知	花	オキシペタウム	TWEEDIA SOUTHERN STAR
和歌山	枝	アセビ	JAPANESE ANDROMEDA

3) PR用の配布物、掲示物

配布物や掲示物の内容、制作物についての来場者の反応、今後の改善点など

- ・福岡県産花きリーフレット（中国語版） 【今回作成】

(Flowers of Fukuoka in Japan)

日本・福岡県の紹介をはじめ、花の品目ごとに、写真数点と具体的な管理方法を記載。きれいな写真とで分かりやすい内容が大変好評。

中国語で作成したため、誰もが熱心に読まれていた。





- ・福岡県農林水産物・まるふくマークポスター【既存】
- ・「福岡市のはな」リーフレット【既存】
- ・おおいたのスイートピーリーフレット【既存】
- ・Baby Handsリーフレット【既存】
- ・ラナンキュラスちらし【既存】

4) メディアの掲載実績
なし

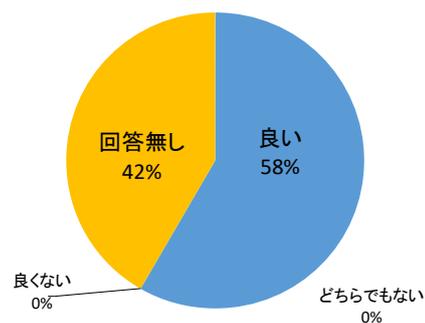
5) アンケート

対象数 12人

回収数 12人

Q1) 展示した花をご覧になった感想

1 良かった	7
2 良くなかった	0
3 どちらでもない	0
4 回答なし	5



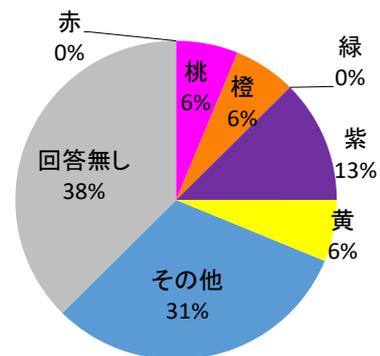
Q2) 展示した花を使用してみたいか?

	使いたい	使わない	回答なし
1 アネモネ	6	0	6
2 ダリア	7	0	5
3 スカビオサ	2	1	9
4 フリージア	2	1	9
5 ホワイトレース	5	1	6

6	アゲラタム	1	1	1 0
7	スイートピー	1 0	1	1
8	ラナンキュラス	6	1	5
9	グロリオサ	7	0	5
10	オキシペタウム	7	2	3
11	アセビ	2	0	1 0

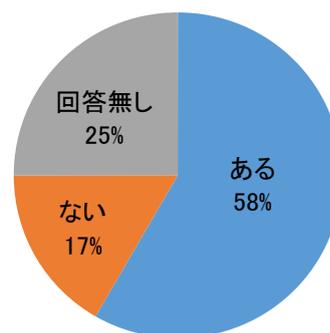
Q3) 好きな色？

1	赤	0
2	ピンク	1
3	オレンジ	1
4	緑	0
5	紫	2
6	黄色	1
7	その他	5
8	回答なし	6



Q 4) 日本産花きの購入経験

1	ある	7
2	ない	2
3	回答なし	3

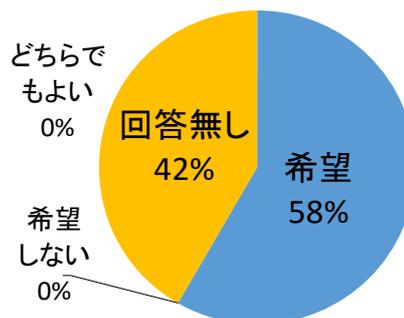


Q 4-2) 購入したことのある日本産花きの品名
(複数回答可)

スイートピー	3
グロリオサ	3
ダリア	3
ラナンキュラス	1
バラ	1
オキシペタウム	1
回答なし	6

Q 5) 今後、今回のような展示商談会の希望

1	ある	3
2	ない	3
3	回答なし	3
4		1



⑤ 問い合わせ (商談) について

現在、商談継続中

⑥ PRの成果と今後の取り組み課題

- ・今回、初めての杭州での取組みであり、事前情報が何もなかったが、次回は今回の経験を活かし、より内容の濃い取組みができると考える。
- ・ロシアで商談会を1月に予定していた商談会を急きょ変更したため準備時間がなく、春節も挟み、調整は困難だった。次回は、準備をしっかりと行い、商談成約を1件でも多くしたい。
- ・旬の花を持参して商談し、通年取引に繋がるよう、年に1度の取組み (訪問) ではなく、来期は2回に分けて取組むことを検討したい。

(1) - 4. 台湾での日本産切花の販売促進、販路開拓

① 目的

台湾においては日本産花き、主にグロリオサやシャクヤク等の輸出はされているが、定期的な輸

出には結びついていない。現地にはない高品質の花きを望む声は多いが、時期によっては、日本国内よりも高温多湿となり、鮮度保持や品質面の劣化が多く見られる。

現地の商社とタッグを組むことにより、台湾国内の市場、仲卸と品質、価格等の話し合いを行い、定期出荷を行う事を目的とする。

② 実施内容

- ・対象国：台湾・台北市内
- ・対象品目：グロリオサ、シャクヤク、トルコギキョウなど
- ・イベント名称：「日本 優 の花」
- ・主催者の企業、団体名：J F 鶴見花き、東日本板橋花き、世田谷花き、東京フラワーポート、
- ・実施期間
台北花市：平成29年5月18日（木）、19日（金）
建國假日花市：平成29年5月20日（土）、21日（日）
- ・実施会場：台北花市、建國假日花市
- ・対象者：仲卸、小売店、いけばな等の実需者
- ・訴求内容
現地で生産されていない品目や、生産されていてもより高品質の花きを提供することで、競合する店舗間での品揃えにおいて強みを活かす販売につなげてもらう。
- ・イベントの周知、PRの方法
ポスター、チラシやバナーを作成し、事前に各会場内に掲示、配布。



表面



裏面

③ 実施体制

- ・参加会員
J F 鶴見花き 2人
東日本板橋花き 1人

世田谷花き 1人
東京フラワーポート 1人

④ 実施結果

1) ー1 PR展示・デモンストレーション・セミナー内容

- ・名称 「日本 優 の花」台北花市での日本産切花PR展示
- ・日程 2017年5月18日、19日(金) 7:00~12:00
- ・来場者数 約500名(2日間合計)
- ・実施結果

我々4社の協議会としては、今回で3回目となる台北花市での展示は前回好評であった。シャクヤクをメイン品目に据え、前回は上回る15品種を持ち込み展示を行った。その他、グロリオサやリシアンサス、SPバラといった主力品目とともに、希少品種のカーネーション、大ぶりのドウダンツツジやスモークツリーの枝もの、踊る丹頂やギガンジウムといけばなに使用される花材も展示し、実需者の中でも特にいけばなの関係者に向けた情報発信を軸に置いた展示内容にした。

前週に開催された上海でのIPMにもブース展示や来場した台湾の花き関係者も多く訪れ、JF鶴見花きを通じて定期的取引のある仲卸業者はその場で発注をしてくれるなど、現物を見て商品を購入できる機会としてこの展示会を大いに活用してくれた印象である。



着荷の状態は良いが、シャクヤクは水揚げと同時に見るみる開花。見ごたえのある状態に。



入り口から見て左右にシャクヤク、トルコギキョウ、手前から奥に従い高さを出す配置。

1) ー2 PR展示・デモンストレーション・セミナー内容

- ・名称 「日本 優 の花」建國假日花市での日本産切花PR展示
- ・日程 2017年5月20日(土)、21日(日) 9:00~18:00
- ・来場者数 約2,000名(2日間合計)

- ・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）

2ヶ所目の展示会場として選んだのは、週末に高速道路下で開かれる建國假日花市である。前回の展示の際に視察した折、9時のオープンから18時の閉場までひっきりなしに一般の消費者が訪れるマルシェ方式の市場での展示は、日本産花きを効率的にPRするには持って来いの展示会場ではないかと感じた場所である。

展示会場となった場所は、花市のちょうど中心あたりに位置する特設会場で、信義路と仁愛路に挟まれた高架下に約400mに渡り広がる細長い敷地の中で、来場者が最も集まる場所であった。ここでもシャクヤクの人気は非常に高く、グロリオサを凌ぐほどで、期間限定とは言え今後は5月から6月にかけての輸出主力品目となるであろう。



2回目に送った花も無事届き、水揚げをしながら展示の準備を行う。周りは切花だけでなく、鉢物や花き関連資材の業者が出店し多くの来場者で賑わっている。



広めにとった通路もぎっしり埋まるほどの人気ぶりで、日本産花きに対する関心が高いことがわかった。

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

シャクヤク 出荷期間は短いですが、長野県産、群馬県産、埼玉県産の他新潟県や長野でも高地のものは全体の出荷期間通してリレー出荷、安定供給が可能である。

トルコギキョウ、グロリオサ 周年通じて高品質の商品が出回るため、安定的な供給が可能である。

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、品目などシャクヤク 特にかぐや姫や白雪姫等の八重系の大輪品種の関心は、非常に高いグロリオサ これまでと同様安定的な人気度を見せていた。

品目	品種	産地名
シャクヤク	かぐや姫、白雪姫、富士等	長野県・群馬県他
グロリオサ	サザンウィンド、ルテア	高知県
リシアンサス	NFラベンダー、NFカシス等	長野県・茨城県
SPデルフィニューム	グランブルー、プラチナブルー等	愛知県
アリアム	踊る丹頂、ギガンジウム	熊本県・山形県
SPバラ	エクレール、ポニーテール等	静岡県・神奈川県他
ダリア	黒蝶、ピンククォーツ等	福島県・千葉県他
カーネーション	レージェ、ハリケーン等	長崎県
スイートピー	ブルーフレグランス	宮崎県
アルストロメリア	レベッカ、メイフェア等	長野県
ドウダンツツジ		福島県
スモークツリー	ホワイト	静岡県

3) -1 PR用の配布物、掲示物

- ・数量 1,000枚を来場者に配布 / 展示会場にポスター、バナーを掲示
 展示案内チラシの裏面は、主だった日本産花き品目の出荷可能時期を印刷し、初めて日本産花きを取り扱う際の目安にしてもらうように配慮。



5) -2 品種別人気投票

- ・対象数 500名
- ・回収数 複数および自由回答のため不明

< 人気投票結果 (台北花市展示会期中合計) >

順位	品目	品種	2日間合計
1	シャクヤク	華燭の典	134
2		ゲイバリー	111
3		妙高	95
4	SP デルフィ	スーパーグランブルー	92
		スーパープラチナブルー	92
6	アリアム	踊る丹頂	87
7	カーネーション	レージェ	84
8	バラ	スパークリンググラフィティ	77
9	シャクヤク	ムッシュジュエリー	72
10	グロリオサ	サザンウィンド	71

投票結果を見ると、ベストテン内にシャクヤクが4品種入るなど、依然として人気が高いことが分かる。その他は安定した結果となっているが、今回始めて展示品目として持っていったカーネーションが入ったことは購入と展示は別の問題であると感じた点である。

また、ダリアやアルストロメリアは着荷時の状態があまり良くなかった（花卉の傷みが目立ってしまった）ため、前回と比較して得票数が伸びなかった。

人気のシャクヤクに関しては、単純にその時点の見た目の大きさや発色で評価されており、咲きの早いものが上位に来たが、かぐや姫や白雪姫なども2日目にはかなり得票しており、全般的に人気が高かった。

相対的に、花が大きいものの価格は高くても受け入れられる傾向が強く、今後の輸出品目選定と販路を開拓していく道筋において、花の特性や生産技術、日持ちの良さ等大きさ以外の付加価値をどうやって認知させるのかが重要である。

⑤問い合わせ（商談）について

- ・会期中の問い合わせ（商談）数 10件（台北花市での展示会期中）

- ・問い合わせ（商談）内容について

どうしたら購入できるか、今後、どこかの問屋もしくは小売店で購入できるか、の2点が一番多く聞かれた。しかしながら購入する際の価格を提示すると一様に高単価であることを理由に二の足を踏む傾向が見られ、今後の課題としては価格面の訴求だけではなく、実際に使用してもらい、品質の高さを納得してもらった上で、なぜ高単価であるかの理由を知ってもらうことから始めなければならない。

- ・実施後の新規、既存内新規の商取引件数 1件

- ・取引に関するトピックス

当4社協議会の既存顧客である仲卸からは、展示品をみてその場で発注があった。新規で商談した来場者からの発注は、現時点ではない。

⑥ PRの成果と今後の取り組み課題

集客のある場所の選定と、PRをする相手をどこの段階（業者なのか消費者なのか）にするかによって、展示する内容や方法が変わってくるが、今回のそれぞれの展示会場への来場者の違いは、特にこれまで日本産花きを知らなかった層には効果的にPR出来たのではないかと思う。

今後の課題としては、いかにスピーディーに顧客の要望に対応できるかどうかということである。国内での取引と違い、検疫や通関に要する時間や事前に準備しなければならない書類等の事務的な手続きに要する手間や時間を念頭に入れ、品質の良い状態で供給する体制を作っていかななくてはならない。そのために、国内生産者の輸出への意識を変えてもらうとともに、日本産の花であればどこへ出しても検疫・通関に対し信頼が高いためにはほぼスルーで通過していくくらいのレベルまで上げていく必要がある。日持ちのする花はもちろん、これまで不可能であろうと思われるような日持ちのし難い品目まで輸出できる出荷・供給体制を整備していくことが、世界における日本産花きの信頼性を高めていくことにつながるのではないかと。

(1) - 5. アメリカ・ニューヨークでの日本産切花の販売促進、販路

① 目的

アメリカは、南米のコロンビア等、切り花産地からの供給ルートが花き産業の主流であるが、日本花きの高品質で多様な品種特性を活かした需要開拓が必要である。そのため、日本産花きの使用方法を見せながら、こだわりの生産法や品質の高さをPRする。

② 実施内容

- ・対象国：アメリカ
- ・対象品目：切花
- ・イベント名称：Japan Flower Show in NY
- ・主催者の企業、団体名：(株) なにわ花いちば
- ・実施期間：2018年1月16日～17日（1月15日は準備日）
- ・実施会場：Van Vliet & Trap LLC // 158 West 28th street, New York
- ・対象者：東海岸の花き卸業者、およびフラワーデザイナー、イベント関係者
- ・訴求内容

切花需要期となるバレンタイン前の開催となることから、人気の日本産花きを中心に13点の展示を行った。今回、徳島県その他、長崎県・愛知県・佐賀県からも県関係者・生産者も展示会に参加し、徳島県からはシンビジウム、バラなど蘭類を中心に、長崎県からはトルコキキョウ・スカビオサを中心に、愛知県からはスイトピー・デルフィニューム・バラを中心に、佐賀県からはバラを中心に展示を行い、PRを行った。直接生産者が自らの商品説明をしながら、PRを行う事により、使用方法の提案や高価である日本産花きへの理解を深めることができた。

- ・イベントの周知、PRの方法

当社SNS（フェイスブック、インスタグラム）からの告知および、当社のメーリングリストによる告知、東海岸地域の取引先卸業者からの実需者への告知。

・参加者の募集方法

上記の告知方法から、イベントへの募集を図った。

③ 実施体制

・参加会員

株式会社なにわ花いちば 5人

徳島県 3人

長崎県 4人

愛知県 1人

佐賀県 5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 いけばなデザイナーによるデモンストレーション

・日程 2018年1月16日(火) 10:00~12:00

・参加者数 30人

・実施結果コメント

現地のいけばなデザイナー（池坊ニューヨーク支部長）による、日本産花きを使用したアレンジを実施。日本産花きの使用方法を説明しながら、日本産花きの特徴を伝えた。



2) 展示花き・使用花きの品目品種リスト

2月のバレンタイン前の開催となることから、2月、または、それ以降の中心となるアイテムを中心に展示を行った。

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

これまであまり輸出のされてこなかったバラを重点的に展示を行ったが、珍しい花型や色目の品種については、来場者からの引き合いがあった。また、愛知県の菜の花の展示があったが、これ

についても葉の形が特徴的であり、来場者からの引き合いがあった。

<出展花材リスト>

品種名	産地名	Item	Variety Name
グランブルースプレー	JA豊橋	Delphinium Sinensis	Gran Blue Spray
プラチナブルースプレー	JA豊橋	Delphinium Sinensis	Super Platinum Spray
愛子さま	安田	Cymbidium	Aiko sama
レッドハート	近藤洋右	Cymbidium	Red Heart
アンダルシア	NODAフラワー	Scabiosa japonica	Andalucia
アスチルベLP	ながさき西海農協	Astilbe	Light Pink
ボンボヤW	伊藤園芸	Eustoma	Bon Voyage White
セレブクイーン	伊藤園芸	Eustoma	Celeb Queen
リップルオレンジ	木下 重信	Lathyrus odoratus	Ripple Orange
シャールリップル	木下 重信	Lathyrus odoratus	Shire Ripple
キャサリン	JA愛知みなみ	Lathyrus odoratus	Catherine
ダイアナ	JA愛知みなみ	Lathyrus odoratus	Diana
ファーストレディ	JA愛知みなみ	Lathyrus odoratus	First Lady
グレース	JA愛知みなみ	Lathyrus odoratus	Grace
マリアージュ	JA愛知みなみ	Lathyrus odoratus	Marriage
シルビア	JA愛知みなみ	Lathyrus odoratus	Silvia
ステラ	JA愛知みなみ	Lathyrus odoratus	Stella
ティアラ	JA愛知みなみ	Lathyrus odoratus	Tiara
イエロー	JA愛知みなみ	Lathyrus odoratus	Yellow(dyed)
雪の華	JA愛知みなみ	Lathyrus odoratus	Yuki no Hana
黒川ちりめん	JAあいち知多	Brassica napus L.	Kurokawa Chirimen
黄金ヒバ	JA愛知東	Chamaecyparis obtusa	Ogon Hiba
ハッピーピンク	JA豊橋	Delphinium Sinensis	Happy Pink
グランブルーSP	JA豊橋	Delphinium Sinensis	Marine Blue Spray
プラチナブルーSP	JA豊橋	Delphinium Sinensis	Pearl Blue Spray
ボンボヤージュホワイト	JA愛知みなみ	Eustoma	Bon Voyage White
セレブクリスタル	JA愛知みなみ	Eustoma	Celeb Crystal
セレブグレープ	JA愛知みなみ	Eustoma	Celeb Grape
グラナスライトピンク	JA愛知みなみ	Eustoma	Granas Light Pink
モンロー	JA愛知みなみ	Eustoma	Monroe
マスコットイエロー	JA愛知みなみ	Gloriosa	Mascot Yellow
パールホワイト	JA豊橋	Gloriosa	Pearl White
ピクシー	JA愛知みなみ	Gloriosa	Pixy
プレシャスムーン	愛知経済連西三河	Gloriosa	Precious Moon
ロイヤル	JA愛知みなみ	Gloriosa	Royal
ホワイトパール	JA豊橋	Lathyrus latifolius	White Pearl
シトラスジュエル	JAひまわり	Rosa(Spray)	Citrus Jewel
コンクサール	JAひまわり	Rosa(Spray)	Concusale
エルヴァレンジ	JAひまわり	Rosa(Spray)	Elvarange
ニューハーフ	JAひまわり	Rosa(Spray)	New Half
サンドワミー	JAひまわり	Rosa(Spray)	Sans Toi M'amie
シランス	JA西三河レインボー	Rosa(Spray)	Sirance
ウエディングマーチ	JAあいち海部	Zantedeschia aethiopica	Wedding March
黄金ヒバ	JA名古屋郡神山 森純敏	Chamaecyparis obtusa	Ogonhiba
愛子さま	安田	Cymbidium	Aikosama
クールコール	近藤(洋)	Cymbidium	Cool Call
ディーブインパクト	勝瀬	Cymbidium	Deep Impact
イーグル	JAあぐりあなん谷	Cymbidium	Eagle
ハートのエース	長尾	Cymbidium	Heart Ace
レジェンド	土成	Cymbidium	Legend
マリーローランサン	土成	Cymbidium	Marie Laurencin
メロンパンナ	土成	Cymbidium	Meronpan'na
ミュージックボックスダンサー	安田	Cymbidium	Music Box Dancer
パウリスタ	JAあぐりあなん谷	Cymbidium	Paulista
レッドハート	近藤(洋)	Cymbidium	Red Heart
スペースシティ	上野	Cymbidium	Space City
タルト	土成	Cymbidium	Tart
エピデンオレンジ	東尾	Epidendrum	Orange
エピデン紫	東尾	Epidendrum	Purple
姫南天	妙見	Nandina domestica	Himenanten
赤提灯	岡松バラ園	Rosa	Akachochin
ゴッドファーザー	岡松バラ園	Rosa	God Father
かれん	岡松バラ園	Rosa	Karen
ラグナプリンセス	岡松バラ園	Rosa	Laguna Princess
満々	岡松バラ園	Rosa	Manman
マロンフォレスト	岡松バラ園	Rosa	Marron Forest
もこもこ	岡松バラ園	Rosa	Mocomoco
さざ波	岡松バラ園	Rosa	Sazanami
和集	岡松バラ園	Rosa	Washu

品種名	産地名	Item	Variety Name
由香	岡松バラ園	Rosa	Yuka
チェリーピンク(染め)	長崎西海	Astilbe	Cherry Pink (dyed)
アイブルー(染め)	長崎西海	Astilbe	Eye Blue (dyed)
ライトピンク	長崎西海	Astilbe	Light Pink
オレンジ(染め)	長崎西海	Astilbe	Orange (dyed)
スカイパープル(染め)	長崎西海	Astilbe	Sky Purple (dyed)
ミックス	長崎西彼農協琴海	Eustoma	Assort
セレブクリスタル	長崎西彼農協琴海	Eustoma	Celeb Crystal
セレブグリーン	長崎西彼農協琴海	Eustoma	Celeb Green
クラシカル	長崎西彼農協琴海	Eustoma	Classical
ジュリアスラベンダー	長崎西彼農協琴海	Eustoma	Julius Lavender
パティオメガホワイト	長崎西彼農協琴海	Eustoma	Patio Mega White
レイナグリーン	長崎西彼農協琴海	Eustoma	Reina Green
レイナピンク	長崎西彼農協琴海	Eustoma	Reina Pink
シャウエン	フラワーガーデン寺尾	Ranunculus	Chefchaouen
エマ	フラワーガーデン寺尾	Ranunculus	Ema
エラ	フラワーガーデン寺尾	Ranunculus	Era
リリイ	フラワーガーデン寺尾	Ranunculus	Lily
マアミド	フラワーガーデン寺尾	Ranunculus	M'Hamid
テラ ファンタジー	フラワーガーデン寺尾	Scabiosa japonica	TERA Fantasy
テラ ラオウ ヒナタ	フラワーガーデン寺尾	Scabiosa japonica	TERA RAOH Hainata
テラ ラオウ ホノカ	フラワーガーデン寺尾	Scabiosa japonica	TERA RAOH Honoka
テラ ラオウ リク	フラワーガーデン寺尾	Scabiosa japonica	TERA RAOH Riku
テラ ラオウ ワインアドレ	フラワーガーデン寺尾	Scabiosa japonica	TERA RAOH Wine Andre
テラ テマリ ランタン	フラワーガーデン寺尾	Scabiosa japonica	TERA TEMARI Lantern
テラ テマリ マドカ	フラワーガーデン寺尾	Scabiosa japonica	TERA TEMARI Madoka
アマダ+	佐賀県(ファインローズ)	Rosa	Amada +
アートリークローズ	佐賀県(ファインローズ)	Rosa	Art Leak Rose
エレガントクイーン	佐賀県(ファインローズ)	Rosa	Elegant Queen
フェアリーキッス	佐賀県(ファインローズ)	Rosa	Fairly Kiss
ファンシーローラ	佐賀県(ファインローズ)	Rosa	Fancy Rola
ハルヒ	佐賀県(ファインローズ)	Rosa	Haruhi
レディアラブ	佐賀県(ファインローズ)	Rosa	Lady Love
リリカ	佐賀県(ファインローズ)	Rosa	Lilica
ラブリーリディア	佐賀県(ファインローズ)	Rosa	Lovely Lydia
ナギダーク	佐賀県(ファインローズ)	Rosa	Nagidark
ニュアンス	佐賀県(ファインローズ)	Rosa	Nuances
オリエンタルエクレール	佐賀県(ファインローズ)	Rosa	Oriental Éclair
ピンクラナンキュラ	佐賀県(ファインローズ)	Rosa	Pink Ranuncula
ピンクワルツ	佐賀県(ファインローズ)	Rosa	Pink Waltz
PNW	佐賀県(ファインローズ)	Rosa	PNW
スプリングタイム	佐賀県(ファインローズ)	Rosa	Spring Time
スイートオールド	佐賀県(ファインローズ)	Rosa	Sweet Old
テナチュール	佐賀県(ファインローズ)	Rosa	Thé Nature
ワルツ	佐賀県(ファインローズ)	Rosa	Waltz
ウエディングドレス	佐賀県(ファインローズ)	Rosa	Wedding Dress
紅式部	はまゆう	Lathyrus odoratus	Benishikibu
ボルドー(染)	おおいた佐伯	Lathyrus odoratus	Bordeaux
ブラウン(染)	おおいた佐伯	Lathyrus odoratus	Brown(dyed)
みやびのかなで	JA尾鈴	Lathyrus odoratus	Miyabi no Kanade
リップルピンク	木下 重信	Lathyrus odoratus	Ripple Pink
式部	はまゆう	Lathyrus odoratus	Shikibu
シャーリップル	木下 重信	Lathyrus odoratus	Shire Ripple
スネークボール	木村園芸	Allium	Snake Ball
ハケ岳スマイ	南原農園	Asparagus asparagoides	Smilax
クリスピーウェーブ	南筑後	Asplenium	Crispy Wave
チョコ #4	奥 隆善	Cosmos	Choco #4
ノエルレッド	奥 隆善	Cosmos	Noel Red
レイナホワイト	伊藤園芸	Eustoma	White
羽衣ジャスミン	松山817	Jasminum polyanthum	Hagoromo
シャルロットローズ	高千穂	Ranunculus	Charlotte
エズ	宮原洋一	Ranunculus	Eze
オレンジシャルロット	高千穂	Ranunculus	Orange Charlotte
ローヌ エニフ	フラワースピリット	Ranunculus	RHONE Apricot
ローヌ スピP	フラワースピリット	Ranunculus	RHONE Light Pink
ローヌ タロス	フラワースピリット	Ranunculus	RHONE Pink
ローヌ 茜の想い	フラワースピリット	Ranunculus	RHONE Red
ローヌ 綿帽子	フラワースピリット	Ranunculus	RHONE White
促成雪柳	福島花卉	Spiraea Cantoniensis	Yukiyonagi

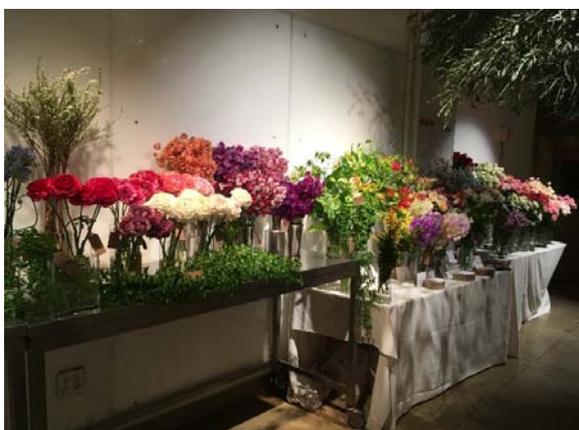
⑤ 問い合わせ（商談）について

・会期中の問い合わせ（商談）数10件

・問い合わせ（商談）内容について

今回、新たに展示を行った品目（バラ、菜の花）を中心に商談があり、その後の輸出へとつながった。

・実施後の新規、既存内新規の商取引件数 10件



⑥ PRの成果と今後の取り組み課題

日本産花きの高付加価値性についてPRを行い、花きの実需者である、アメリカの東海岸地域のフローリストに対して、日本産花きのより一層の認知度アップと普及啓発を行うことができたと考えている。また、今回、生産地自らPR・新規品目開拓を行う事により、日本産花き輸出品目の更なる開拓、日本産花きへの理解を深めることができたと考えている。今後もこのような1度だけのプロモーションだけではなく、継続的な活動を行い、一層の認知度アップと普及啓発に努め、輸出促進を図ることが必要と考える。

(1) -6. ロシア・モスクワでの日本産切花の販売促進、販路拡大

① 目的

ヨーロッパ圏最大の都市であるモスクワを中心に、花きの消費が非常に旺盛なロシア地域における日本産花きの認知度向上を目的として取り組んだ。

当地ではJETROにより2014年より2016年までFLOWER EXPOにジャパンパビリオンが設けられ、取り組みがなされている。これまで積み上げてきた取組成果を活用して、本事業ではFLOWER EXPOに日本産花き展示場所を設け、切花と盆栽の現物展示を行うとともに日本人デザイナーによるデモンストレーションや使い方等のレクチャーを行うことで、更なる認知度の向上と輸出取引の拡大に向けた取り組みを実施した。

② 実施内容

- ・対象国：ロシア モスクワ
- ・対象品目：切花、植木・盆栽
- ・イベント名称：FLOWER EXPO MOSCOW 2017
- ・主催者の企業、団体名：Green Expo
- ・実施期間：2018年9月12日（火）～9月14日（木）会期3日間
- ・実施会場：Crocus Expo
- ・対象者：花き業界関係者 16,700人（出展者 26カ国 400社）
- ・訴求内容：多様で高品質な日本産切花、仕立ての良い日本産の植木、盆栽の訴求
- ・PRの方法：
 - －日本産切花展示、日本人デザイナーによるフローリスト向けデモンストレーション
 - －日本産植木・盆栽展示、日本人の盆栽家による剪定管理のデモンストレーション
- ・販売促進、販路開拓の活動：
 - －日本産切花パンフレットの配布、商談活動
 - －日本産植木、盆栽のパンフレットの配布、商談活動

③ 実施体制

- ・参加会員
 - 切花：豊明花き株式会社 2名

- 植木、盆栽：ジャパンホートビジネス株式会社 1名
・デザイナー
切花：中三川 聖次 氏 (ブルームンウィンクル)
植木、盆栽：土屋 治彦 氏 (東金園)

④-1 実施結果 (切花)

1) -1 PR展示・デモンストレーション・セミナー内容

- ・日程 9月12日 (火) 14:00~15:00
- ・参加者数 100人



アレンジ3点、ブーケ1点を制作。参加者は女性が多く、熱心にデモンストレーションを見ていた。ロシアの国旗のカラー（赤・青・白）を使ったアレンジ制作では、参加者の興味を更に高めていた。

1) -2 PR展示・デモンストレーション・セミナー内容

- ・名称 メインステージを使ったデモンストレーション
- ・日程 9月13日(水) 13:00~14:00
- ・参加者数 300人



アレンジ2点、ブーケ 1点を制作。その他、ブーケの保水方法の提案をされた。生け花の手法 投入(十文字留め)を使ったアレンジ、ブーケホルダーを使ったブーケ、ロシアワールドカップのトロフィーをモチーフにしたアレンジの3点。日本の技術を取り入れるのと、ロシアのトレンドに合わせたデモンストレーションを行った。

トロフィーのアレンジを完成させた時は拍手がおこった。講師は、ロシアワールドカップの花にリンドウを使って欲しいとアピールしていた。出来上がった写真を撮影する参加者が多く見られた。

出来上がった作品はブースに飾り、作品で使われたツルウメモドキを見て、名前を聞かれる方が多かった。ロシアでも流通しているが、使ったことがない方が多い印象を受けた。

1) -3 PR展示・デモンストレーション・セミナー内容

- ・日程 9月14日(木) 12:00~13:00
- ・参加者数 50人



アレンジ3点、ブーケ1点を制作。セロファンを使ったブーケのラッピングを提案（写真2段目右）。昨年2月講師がロシアを訪れたとき、寒さからブーケを守るためにするラッピングが見た目きれいではないのが気になっていた。セロファンを使ってラッピングをすれば、見た目も綺麗で寒さからも保護されることをレクチャーしていた。最終日、デモンストレーション自体は50分程で終了したが、その後、参加者からの質問で約40分経過していた。

1) -4 PR展示・デモンストレーション・セミナー内容

- ・日本産切花の展示の様子



2) 展示した日本産切花のうち、来場者から注目度の高かった品種、品目など

- ・ツルウメモドキ：昨年に引き続き今年も感心が高く、名前を聞いてくる方が多かった。

- ・パンパスグラス：昨年に引き続き今年も感心が高く、名前を聞いてくる方が多かった。
- ・セネシオ グリーンネックレス：手にとって見ている方が多かった。
- ・トルコキキョウ：大輪の仕上がりに感心していた。
- ・リンドウ

3) PR用の配布物、掲示物

- ・配布物や掲示物の内容 自社制作の日本産花きのカタログ
- ・数量 320部を来場者に配布
- ・制作物についての来場者の反応、今後の改善点など
用意した部数が不足したため、今回は、400部持参する必要がある。

⑤-1 問い合わせについて (切花)

- ・会期中の問い合わせ数 (商談数) 20件
- ・問い合わせ (商談等) 内容

日本産切花の展示PR、及び販売促進活動により、購入希望の引き合いがロシア全土だけでなく、カザフスタン、ベラルーシ、ウクライナ等から複数入り、商機を得ることができた。

なお、優良な引き合い客 (10件) については、オンラインカタログのアカウントを発行し、商品情報と価格を提示し、商談を継続中である。

⑥-1 販売促進の成果と今後の取り組み課題について (切花)

昨年までのJETROによるジャパングースへの出展を含め4年目の出展となったが、ロシア全土はもちろん、周辺国やCIS諸国からもバイヤーが来訪し、またロシアンカップも会場内で開催されていることから、実際に花を使うフローリストの来場者も多く、バイヤーとフローリストの両面から訴求できる非常に有意義なイベントであった。サプライヤーも世界各国 (特に南米・アフリカ等) から出展しており、ロシアのマーケットを開拓する上で重要度の高いイベントであることもあらためて確認できた。

今回は、販売促進と展示、PRを一体となって実施することで、展示会の来場者だけでなく、来訪者のSNSを通じた情報拡散により、日本産切花の更なる認知を向上させるとともに、ロシア周辺国の販売ルートの開拓につながる引き合い客を得ることができた。

昨年と比較し、ルーブル相場も安定してきているためか、消費者のマインドは上昇基調にあった。ブースを訪問されたJETROのモスクワ事務所長のコメントでも、ロシアにおける新車販売台数が増加に転じたとのことで、これは景気回復の一つの指標として判断できるであろう。

そういったマーケットの回復局面であることから考えても、来年度も継続して出展し同じ手法 (展示とデモンストレーション) を実施する価値が有ると考える。

④-2 実施結果 (植木・盆栽)

1) PR展示・デモンストレーション・セミナー内容

- ・内容 盆栽剪定 WORK SHOP
- ・日程 9月12日(火)～14(木) 11:00～12:00 会期中毎日開催
- ・参加者数 約15名/回 ×3日間 = 計45名



一部の盆栽愛好家、フローリスト等、初心者が参加し、好奇心を持って、非常に熱心に盆栽の剪定や仕立てについての説明と実演を見入っていた。

年齢層は、40代以上、男女を問わず、盆栽に対する興味が大きいと感じた。

ロシアは気候が寒いことから、盆栽の管理の方法など、質問を熱心に投げかける参加者もいた。

2) 販売促進・販路開拓の仕掛け、活動内容

- ・内容 日本産植木・盆栽の展示と WORK SHOP

来場者はロシア国内だけでなく、その周辺のバルト3国、ベラルーシ、ウクライナ、カザフスタン、ウズベキスタンなどからも訪れる。

ブースの来場者は、日本の植木・盆栽の仕立てや造形に感嘆していた。とりわけ、感性的に盆栽に対する評価は高いと感じた。購入に関する問い合わせでは、高額な日本の植木・盆栽に躊躇する場面が見受けられた。会期中の来場者との問い合わせや商談を通じて、ロシアの気候に適合した樹種の選定と現地での造園のニーズ調査の重要性を感じた。植木・盆栽は輸入経費も含め、价格的に高額にな

るため、リゾート地域での造園需要を提案、開拓していきたい。

3) 展示花き・使用花きの品目品種リスト

- ・植木：黒松・赤松・杜松・真柏・楓・五葉松
- ・盆栽：五葉松

4) PR用の配布物、掲示物



日本産植木のパンフレット、盆栽の写真集を使用して、販売促進活動を行う
パンフレットは来場者に1,000枚配布

⑤-2 問い合わせについて (植木・盆栽)

- ・会期中の問い合わせ数 (商談数) 40件
- ・実施後の商談件数 5件

造園会社が植木の販売を検討したい旨の商談があった。

フラワーショップや種苗会社が販売を試みたいとの問い合わせがあった。

花苗の見積依頼もあり。

有望な問い合わせ先については、植木・盆栽のより詳しい見積提案、現地の取引先の訪問するなどして、今回の商機を販売につなげる。

⑥-2 PRの成果と今後の取り組み課題について

今回の販売促進活動では、日本産植木・盆栽に対する来場者の反応が非常に良く、この地域の気候特性から緑が少ないため、植木・盆栽等、緑化についての潜在的なニーズがあると考えられる。

今回の出展で得られた引き合い客からの情報をもとに、造園用の植木、庭木として、造園会社、建設会社、ナーセリー向けに寒さに強い松系統の植木を提案し、引き合い客との商談を継続するとともに新規開拓による輸出拡大に取り組んでいく。

また、今後も花き業界関係者、造園業者向けの展示会やトレードショーに出展し、ロシア地域の気候に適合した植木のPR活動や造園用の植木や庭木の販売促進活動を継続して取り組みたい。

(1) -7. スペイン・バレンシアでの日本産植木の販路開拓

① 目的

日本産植木、盆栽の愛好家の多い欧州地域において、これまで具体的な販売促進活動を行っていない温暖な気候の南欧スペインの販路開拓に向け、「Iber Flora 2017」に出展し、日本の様々な樹種のPR展示を行うことで、輸出取引の販路開拓を図った。

② 実施内容

- ・対象国：スペイン バレンシア
- ・対象品目：植木
- ・イベント名称：Iber Flora 2017
- ・主催者の企業、団体名：Feria Valencia
- ・実施期間：2017年10月4日（火）～10月6日（木）会期3日間
- ・実施会場：Messe Valencia
- ・対象者：花き業界関係者 11,068人（出展者 479社）
- ・訴求内容：仕立ての良い日本産の植木の訴求
- ・PRの方法：
 - －日本産植木・盆栽展示、輸出事業者、植木線虫防除の専門家による剪定管理の講習
- ・販売促進、販路開拓の活動：
 - －日本産植木のパンフレットの配布、商談活動

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
- ・その他 植木線虫防除の専門家 1名 同行

④ 実施結果（植木・盆栽）

1) PR展示・デモンストレーション・セミナー内容

- ・内容 植木剪定管理の講習
- ・日程 10月4日（水）～6日（金）会期中随時開催
- ・参加者数 約10名/回 × 3日間 = 計 30名



植木の剪定、管理方法などをブース内で説明。造園学校、造園会社の来場者が多く見受けられた。日本の庭木を見るのは初めての人が多く、興味深く話を聞いていた。

2) 販売促進・販路開拓の仕掛け、活動内容

- ・内容 日本産植木、鉢の展示、パンフレットの配布

スペインでの最大の総合園芸展示会とあって、国内を中心に周辺国より多くの来場者があった。

※周辺国 イタリア、トルコ、モロッコ、ギリシャ、ポルトガル等からの来場。

来場者の職業は、造園会社、庭師、卸売業者、フローリスト、デザイン会社、造園専門学校生等。

盆栽は見たことがあるが、日本産の植木（庭木）は初めて見たという来場者が多かった。

金額的に高額になるため、大手業者でないと手がだせない様子であった。

造形樹については、非常に関心があり、庭木の美しさには魅せられていた様子であった。

低価格のものであれば、販売チャンスがあると思われる。現に、インドネシア産、中国産はよく売れているらしい。

3) 展示花き・使用花きの品目品種リスト

- ・植木：五葉松 2本、キャラボク 2本、イヌツゲ 5本

4) PR用の配布物、掲示物

Niwaki are Japanese garden trees which are shaped by the hand of Japanese garden masters over decades. In other part of the world they are sometimes called Macro Bonsai, Garden Bonsai or Maxi Bonsai. Niwaki Art Japan™ is the official label for the most beautifully shaped, best quality trees in the world - most are over 40 years old. They are brought to you directly from Japan.

The artist are living in Chiba Prefecture, Japan. Pinus were created for 40 years, Ilex for 25 years and Taxus for 30 years. The artists are growers and designers for Niwaki. They work on pruning mainly Niwaki for a long time day by day with their personal sense and cultivate also young trees for the future. You can check the movie at our site: <http://niwakiartjapan.com>

Pinus pentaphylla/ Pinus parviflora (Japanese White Pine)
Maximum 8m high
Japanese variety
Climate Zone 6,7,8
Annual precipitation 1000-3000mm
Soil: peat soil

Taxus cuspidata (Japanese Yew)
3-5m high
Ever green
Climate Zone 5,6,7,8

Ilex crenata (Japanese Holly)
3-5 m high
Ever green
Japanese Variety
Climate Zone 7,8,9

庭木アピール用パンフレット
来場者に1, 500枚配布

⑤ 問い合わせについて (植木・盆栽)

- ・会期中の問い合わせ数 (商談数) 64件
- ・実施後の商談件数 5件

庭木に興味のある引き合い客からは日本の植木産地での多様な樹種の紹介を要望する声あり。今回は大型の植木の販売促進であったが、盆栽の購入に関する問い合わせも多数あった。日本の植木・盆栽産地への招聘、買付けに誘導し、今回の商機を販売につなげたい。

⑥ PRの成果と今後の取り組み課題について

「IBER FLORA」は、スペイン最大の園芸博覧会で世界各国のバイヤーが来場し、情報交換、商談の場となっている。全体的にブースに展示されている樹種は、オリーブとかんきつ類の出品割合が高く、両者を合わせると50%を超えていた。また、コニファーやツバキ、モミジ、ソテツ、アオキ等、わが国特有の植物が出展されたブースもかなり見られた。

来場者への応対と合わせて、主にマクロ盆栽を展示しているブースに来訪し、12カ国 (イタリア、ポルトガル、オランダ、イギリス、ギリシャ、スイス、ポーランド、レバノン、ヨルダン、フランス、ドイツやフランスなど) のバイヤーにヒアリングも行った。とりわけ、スペインでは、全体的にマクロ盆栽よりもミニチュアサイズの盆栽に興味をもつ人が多いと感じた。3,000から4,000€、日本円にして40から50万円の高額すぎて手が出ないようで、今後は1,000€前後の価格帯が安いものの需要を開拓すべきと思われた。一方で、富裕層の邸宅や公園整備向けに高級な植木を提案する道は残されていると思われた。今後、引き合い客向けに、樹種の特性や剪定や養生管理を含めた日本の植木・盆栽の提案を行い、今回の商機を販売に結び付けていく。

(1) -8. ベトナム・ハノイ、ダナンでの日本産切花販売促進、販路拡大

① 目的

富裕層が多いベトナムの首都であるハノイ市と、今後、経済発展が見込まれるAPEC首脳会談が開かれたダナン市において、高品質で多様な日本産切花の評価について、フローリスト、一般消費者の反応を調査することで、現地ニーズや消費傾向を把握し、継続的な販売に生かすことを目的とした。

② 実施内容

- ・対象国：ベトナム・ダナン市、ハノイ市
- ・対象品目：切花
- ・イベント名称：Beautiful Japanese Flower
- ・実施期間：2018年2月26日～3月2日
- ・実施会場：
ダナン市 現地花店、又は卸業者店頭 2月26日～27日
ハノイ市 市内 2月28日～3月1日
- ・対象者：富裕層 (一般消費者) / 生花店 (フラワーデザイナー)

- ・訴求内容：高品質で多様な日本産切花の紹介
ベトナム国内のほとんどの方が日本産切花を見たことがないため、実際に展示することにより、日本産切花の美しさ、品質の高さを感じてもらおう。
- ・イベントの周知、PRの方法：
現地協力会社のコネクションを利用し、Eメール・SNS・雑誌・メディアにて紹介
- ・参加者の募集方法：
現地協力会社のFacebookなどのSNS上でイベントを紹介し、上位顧客には招待状を送付
- ・販売促進の内容：
ダナン市 現地花店、花市場等、数社で、日本産切花の認知についてのヒアリングを実施
ハノイ市 カンファレンスによるPR 19社のメディア参加
デモンストレーション&VIP向けワークショップ 約30名
デモンストレーション&一般向けワークショップ 約250名

③ 実施体制

- ・参加会員：株式会社大森花卉 1名
株式会社大田花き 1名
- ・デモンストレーター：鈴木 千春 氏

④ 実施結果

1) -1 【A】ハノイ

PR展示/プレスカンファレンス/ワークショップ

- ・名称 Beautiful Japanese
- ・日程 2月28日(水) 16:00~17:30
- ・参加者数 19社(国営テレビ局/WEBマガジン/新聞社/雑誌社他)
- ・実施結果コメント

美しい日本産切花に対して、日本の切花の特徴は？日本の生産者は何人いるのか？
このような美しい花は、何種類ぐらいあるのか？など、花に関する質問が多く寄せられた。
一方、HACCPのような安全管理はどのようにされているのかという質問があり、
農業関連に対する関心も非常に高いことが感じられた。



プレスカンファレンス 19社来場



受付と会場案内

1) -2 ハノイ

VIP向け PR展示・ワークショップ内容

- ・名称 Beautiful Japanese デモンストレーション/ワークショップ
- ・日程 2月28日(水)
- ・参加者数 約30名
- ・実施結果

ワークショップへの参加者は、ベトナムの富裕層の中でもかなりハイレベルに属する方たちが中心であった。ほとんどの方々が海外への渡航経験も豊富で英語で会話を行うことが可能であった。これまで、ベトナム国内では、日本の美しい花を入手することが困難であったが、継続的に購入していきたいという声も聞こえた。



デモンストレーション

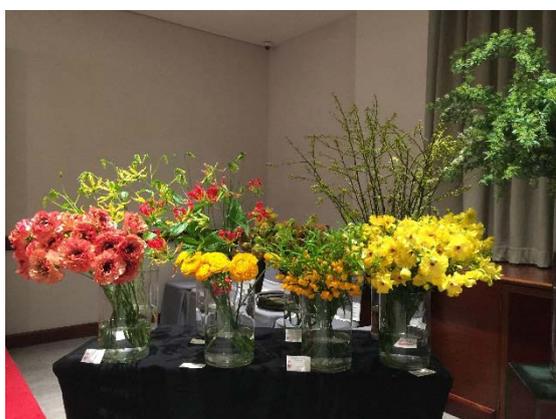
日本をイメージしやすい“サクラ”を使用したアレンジとワークショップを開催。



ワークショップ



ワークショップ作品



展示状況 1



展示状況 2

1) - 3

一般向け PR展示・デモンストレーション

- ・名称 Beautiful Japanese 展示/デモンストレーション
- ・日程 3月1日(木)
- ・参加者数 250人
- ・実施結果

テレビやSNSでの告知でイベントを知った消費者が数多く来場。前日に続き2日連続で来場されている方もおり、関心の高さがうかがえる。



展示状況 オープン前



開場



デモンストレーション



テレビ局も来場

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

これまでの他国への輸出実績に基づき、日本産切花の良さが、伝わりやすいアイテムを中心に商品選定を行った。

- ・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
 - ◇ラナンキュラス シャルロット/シャルロットオレンジは非常に注目度が高い
 - ◇ダリア 黒蝶/ナマハゲパープルの注目度は高い
 - ◇スイートピー 色のバリエーションが豊富にあり、

<花材リスト>

品目	品種	色	産地	数量
バラ	アヴァンチE+	白	栃木	20
バラ	オレンジロマンティカ	オレンジ	愛知 豊川	20
バラ	SP ウィット(オールド)	白	愛知	40
バラ	SP ウィット(オールド)	白	茨城	10
バラ	オールド R ファンタジー	淡ピンク	愛知	20
バラ	エクレール	グリーン	栃木	20

バラ	ラディッシュ	複色	静岡	20
バラ	カクレナ(1F)	黄	愛知 豊川	20
バラ	マルゴ	ピンク	山形	20
カー	クリスタルブラッシュ	白	千葉	20
スイピー	ラベンダー	薄紫	岡山	100
スイピー	ネビーブルー	紫	岡山	100
スイピー	パールホワイト	白	岡山	100
スイピー	ファーストレディ	淡ピンク	宮崎	100
スイピー	リップルピーチ	複色	神奈川	100
スイピー	式部	複色	宮崎	100
スイピー	アンティーク	複色	大分	100
スイピー	恋式部	複色	宮崎	100
デルフィニウム	SP グランブルー	青	愛知	30
デルフィニウム	SP プラチナブルー	水色	愛知	30
デルフィニウム	SP スーパーハッピーP	ピンク	愛知	30
ダリア	黒蝶	黒	長野	20
ダリア	黒蝶	黒	長野	10

品目	品種色		産地数量	
ダリア	ピンクダイヤモンド	ピンク	高知	10
ダリア	ナマケパープル	紫	高知	10
ダリア	かまくら	白	高知	10
ダリア	オズノ魔法使い	ピンク	愛知	10
リシアンサス	アンバーWマロン	茶	静岡	20
リシアンサス	ホヤージュブルー	紫	高知	20
リシアンサス	NF ティアラピンク	淡ピンク	高知	10
リシアンサス	NF アキピンク	ピンク	静岡	20
リシアンサス	マキアライトピンク	淡ピンク	高知	20
リシアンサス	ホヤージュミドリ	グリーン	高知	20
リシアンサス	ジュリアスラベンダー	薄紫	静岡	20
ランキュラス	シャルロット OR		長野	20
ランキュラス	シャルロット	ピンク	長野	20
ランキュラス	煌(キラメキ)	白	長野	20
ランキュラス	デイオネ(ラックス)	オレンジ	長野	20
ランキュラス	Lアリアドネ		長野	20
ランキュラス	エウロペ(ラックス)		長野	20

ランキュラス	ルナ		長崎	25
ランキュラス	P.シレンテ	グリーン	千葉	20
ランキュラス	P.ハーマイオーニー		千葉	20
スカビオサ	テラクリアピンク		長崎	50
スカビオサ	プチボンホワイト		長崎	70
スカビオサ	ラウンオブバイオレット		長崎	50
グロリオサ	ルテア	黄	高知	30
グロリオサ	サザンウインド	赤	高知	30
ティデスカス	ブルーレース	紫	福岡	20
サンダーソニア	サンダーソニア	オレンジ	千葉	20
オキシペタラム	ピュアブルー	水色	高知	30
オキシペタラム	マーブルハピネス	白	高知	30
エダモノ	コデマリ	白	静岡	100
エダモノ	雪柳	白	栃木	50
エダモノ	青モジ	グリーン	静岡	30
エダモノ	トキワガマスミ	赤	和歌山	20
サクラ	啓翁桜 1.2m	ピンク	山形	50
サクラ	啓翁桜 60cm	ピンク	山形	100

3) - 1 イベント招待状、掲示物

- ・配布物や掲示物の内容
- ・日本産花きのイベントの告知 現地協力業者に作成依頼
- ・数量 VIP用52枚を現地協力会社の上位顧客に配布
一般用250枚を現地協力会社顧客に配布
インターネット、SNSなどで告知



2月28日 VIP用 招待状



3月1日 一般用 招待状



>フェイスブックのイベント告知では

- リーチ数 12,000
- 興味あり 159
- 参加 56

>招待状からの来場

- VIP 19人/52人

非常にレスポンスの高い状況である

フェイスブックにて告知

4) -1 メディアの掲載実績

- プレス企業団体名
読売新聞 (ハノイ支局)
- 掲載メディア名
読売新聞東南アジア国際版
- メディアの紹介コメント
「ハノイで花の展示会」
ベトナムの首都ハノイで日本産切り花の展示会が開かれた。



読売新聞東南アジア版 国際面



詳細記事

4) -2 メディアの掲載実績

- ・プレス企業団体名

VTV (ベトナムテレビジョン:ベトナム国営)

- ・掲載メディア名

Cafe Sang VTV3 (朝の情報テレビ番組)



4) -3 メディアの掲載実績

- ・プレス企業団体名

出版関係

- ・掲載メディア名

ELLE / TIMEOUT

PRINT PR REPORT

02 PRINT NEWS AND ARTICLE

TRIỂN LÃM HOA "THE BEAUTIFUL JAPANESE"
 Sự kiện đặc biệt mang tên "The Beautiful Japanese" (Vẻ đẹp Nhật Bản) đã được tổ chức tại phòng Ballroom của Pross Club Hanoi vào ngày 1/3/2018. Sự kiện mang đến cho khách chủ đề cốt lõi thường làm những loài hoa đẹp, rực rỡ sắc màu của những vườn hoa Nhật Bản. Đây là sự kiện do thương hiệu hoa Metaphore hợp tác với nhà cung cấp hoa hàng đầu Nhật Bản Cimori để giới thiệu và thị trường Hà Nội những loài hoa vốn được coi là niềm tự hào của xứ sở mặt trời mọc này. Sự kiện được đánh giá là cuộc gặp gỡ đầy thú vị với đất nước muôn sắc hoa.

BANGKOK AIRWAYS RA MẮT SƯOING BAY THÁNG HÀ NỘI - CHIANG MAI
 Tiếp nối việc khởi động thành công hai đường bay tháng Bangkok-Ea Nang và Bangkok-Phi Quốc với hệ số tải trung bình là 70%, Bangkok Airways sẽ phục vụ các chuyến bay tháng lang ngày giữa Hà Nội và Chiang Mai bắt đầu từ 25/3/2018. Sự dụng máy bay ATR 72 500/600 với 70 chỗ ngồi, tiện phòng là hàng bằng không đầu tiên khai thác đường

Japanese flowers blossom in Hanoi
 The exhibition "The Beautiful Japanese" opens to Hanoi audience an interesting encounter with Japanese culture through flowers - the Japanese art of flower arranging and a chance to enjoy the fresh beauty of spring flowers from Japanese projects. In Hoi report

5) -1 【B】ダナン

市場調査

- ・エリア ダナン市街
- ・日程 2月26日(月)～27日(火)
- ・実施結果コメント

ダナン地域の一般向け小売店においては、日本産切花の認知はなく、見たことはないという反応だった。ただし、保養地である5つ星ホテルなどの高級ホテルの装飾においてのみ、旧正月向けディスプレイとして、日本産花きを使用されていた。

今後、経済発展が予想される地域であるため、一部の業務需要や富裕層向けに高級な日本の切花の需要拡大が想定されるものの、市内にある一般向け小売店が日本産の切花を使用するようになるまでには時間を要する印象を受けた。

<ダナン市内 花市場通り>



花市場通り

ほとんどの花材はベトナム産
SPマム/グラジオラス/ラン類
カーネーション/リシアンサス



空調なし



<ダナン市内ホテル装飾>



日本産の啓翁桜



オランダ産のレンギョウ



オランダ産のイレックス

<市場近くの路面店>



価格が重要



お祝い用アレンジ



店頭風景

<ダウンタウンの路面店>



一般小売 路面店



約2,500円の花束



ベトナム産の花材を中心に販売
日本産切花は高いので使用した
ことがない

⑤ 問い合わせ（商談）について

- ・会期中の問い合わせ（商談）数 2件
日本産切り花のメインシーズンは何時なのか？
すぐにも取引を始めたいが、価格ほどの程度になるか？という前向きな質問がされた
- ・実施後の新規、新規の商取引件数 2件
継続的に購入を行い、販売マーケットを構築していく
プロモーション期間を設け、販促活動を展開する予定

⑥ PRの成果と今後の取り組み課題

今回の事業では、日本産切花の認知を向上と市場開拓のため、現地協力会社と連携し、メディア取材の誘致を行うとともに、VIP顧客、一般顧客向けに日本産切花のPR自主イベントを開催し、日本人のデザイナーによるデモンストレーションやワークショップを通じて、日本産切花のPRと販売促進活動に取り組んだ。

ベトナムのダナン市と首都であるハノイ市でプロモーションイベントを開催することで、多くの

一般消費者に対し、日本産切花の存在をアピールし、認知度を高めることができたと考えられる。

とりわけ、首都ハノイで行ったPR、販売促進活動においては、現地協力会社が持っているコネクションを利用し、ハイエンドカスタマー（富裕層）に直接アプローチを行うことができたことが、大きな収穫であった。

実際にイベント後には、現地協力会社へハイエンドカスタマーからの問い合わせがあり、受注につながっていると連絡を受けている。

今後は、イベントや物日だけでなく、定期的な出荷を続ける必要である。ベトナム内には富裕層を満足させるだけの花の品質や品種が十分に無く、マーケットの構築という点からアプローチを進めていきたい。

9. ベトナム・ホーチミンでの日本産切花の販売促進・販路拡大

① 目的

1億人近い人口を抱えるベトナムは、近年安定した経済成長を続けている。花き生産においては、近年優良な切花の供給国として日本でも認知度が向上しているが、人口700万人強のホーチミンシティを中心に、富裕層を中心とした高級な切花の需要が高まってきており、日本産切花の輸出も増加している。東南アジアの国の中でも有望性が高いベトナムにおいて、さらに日本産花きの認知度を高め輸出拡大を一気に進めるべく、ホーチミン市で開催される「Vietnam International Flora Expo」に出展し、日本産花きの展示PRと販売促進に取り組んだ。

② 実施内容

- ・対象国：ベトナム ホーチミン
- ・対象品目：切花
- ・イベント名称：VIFFE (Vietnam International Flora Expo)
- ・実施期間：2018年3月15日～3月18日 会期4日間
- ・実施会場：Independence Palace Ho Chi Minh (統一会堂 旧大統領府)
- ・対象者：花き業界関係者、一般消費者
- ・訴求内容：他国とは異なる特徴を持つ日本産切花の紹介、使い方の紹介
- ・PRの方法：日本産切花展示、日本人デザイナーによるデモンストレーション
- ・販売促進、販路開拓の活動：日本産切花パンフレットの配布、商談活動

③ 実施体制

- ・参加会員：豊明花き株式会社 2名
- ・デザイナー
小谷 祐輔 氏 (ARTISANS Flower works / 京都)
竹内 美希 氏 (NOIR CAFÉ / 京都)

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 ジャパニーズスタイル デモンストレーション

・日程 3月15日(木) 13:00~15:00

・参加者数 約300人

・実施結果

内容: デザイナー 小谷氏 3作品、竹内氏 4作品をデモンストレーションにて制作

参加者: 国内外のフローリスト

反応: 参加者がデモンストレーション後、参加者が作品・小谷氏、竹内氏と写真を撮影してSNSで発信をしていた。デモンストレーション初日は参加者が多く、ベトナムを中心に国内外の多くのフローリストに見てもらうことができた。

また、カナダのフローリストから日本産切花を購入したいという問い合わせも受けた。



デモンストレーション会場の様子



デモンストレーション ステージ①



デモンストレーション ステージ②



小谷氏のデモンストレーションの様子



竹内氏のデモンストレーションの様子



小谷氏のデモンストレーション作品①



小谷氏のデモンストレーション作品②



竹内氏のデモンストレーション作品①



竹内氏のデモンストレーション作品②

1) -2 PR展示・デモンストレーション・セミナー内容

- ・名称 日本産花き展示
- ・日程 3/17 (土) ~3/18 (日) 9:00~17:00
- ・参加者数 不明 (一般観光客もいたため不明)

・実施結果コメント

デザイナー、花関係者もいたが、多くは一般客。

トルコギキョウ、ラナンキュラス、デイスパットマム 茶系は反応が良かった。

トルコギキョウに関しては日本産のように八重咲で大輪仕上げのものがベトナムにはないため非常に驚かれていた。展示花材、作品ともに写真撮影している方が多数いた。



展示① 日本産切花展示



展示② 制作した作品の展示



展示③ 日本産切花展示



主催者による日本産切花の紹介

1) -3 展示・デモンストレーション・セミナー内容

- ・名称 GARA award
- ・日程 3月18日(日) 18:30~20:30
- ・参加者数 約200名
- ・実施結果: 各国デザイナーがベトナム伝統衣装アオザイをテーマにフラワードレスを制作し、そのお披露目会が行われた。招待客のみが参加できる場で日本産切花をPRできた。

竹内さん制作のフラワードレスを着るモデル

2) - 1 販売促進・販路開拓の仕掛け、活動内容

・内容

今後、ベトナムに展開を図っていくためには、実際に花を扱うベトナムのフローリストに対する日本産花きの認知度向上が鍵となる。本イベントは、ターゲットとなるフローリストが多数参集する性質のイベント（コンペティションや海外デザイナーのデモンストレーションが多数行われるため）であったため、フローリスト向けの認知度向上を主目的に、日本産切花のカタログ配布と、デモンストレーションにおいて、輸出主力品目の主要花材紹介、販売促進活動を行った。

・実施結果

日本人デザイナーのデモンストレーションの際に、全参加者向けに日本産切花のカタログを配布し、その上でデモンストレーションの中で日本産切花の特徴や魅力の紹介を織り交ぜながら、その使い方を紹介することができた。参加した現地のフローリストからは、多くの質問や問い合わせが寄せられ、日本産切花の認知度と興味を高める成果を得られた。

3) 展示花き・使用花きの品目品種

- ・アネモネ、キンギョソウ、スマイラックス、アスチルベ、ディスバッドマム、シンビジウム、ダリア、ほか55品目
- ・ローカルマーケットで出回っていないもの（ランタンキュラス、グロリオサ）
- ・ローカルマーケットに出回っているが、日本産とは仕上がりが異なり、違いが明確なもの（トルコギキョウ）を中心に展示PR花材をセレクトした。
- ・来場者から注目度の高かった品種（トルコギキョウ、グロリオサ、ディスバッドマム 茶系）

4) PR用の配布物、掲示物

- ・配布物や掲示物の内容 自社制作の日本産花きのカタログ
- ・数量 300部をデモンストレーション参加者、統一会館来場者に配布
- ・制作物についての来場者の反応、今後の改善点など

展示では、多様な日本産切花を見せられないため、詳細を伝えるにはカタログ配布は有効。一般客に配布しても効果が薄いため、実需者であるフローリストに確実に配れる場所・機会を主催者にあらかじめ確認することが重要である。



5) メディアの掲載実績

- ・掲載メディア名 FLORAL TODAY (韓国) 他からの取材有り

⑤ 問い合わせについて

- ・会期中の問い合わせ数 (商談数) 10件
- ・問い合わせ (商談等) 内容
日本産切花を購入したいとの問い合わせ
カナダのフローリスト、ベトナムのネットショッピング会社等
- ・実施後の新規、既存内新規の商取引件数 1件

- ・取引に関するトピックス

継続したプロモーションも実施しながら、現地フローリストからの注文を取りまとめて定期出荷していく方策を検討中。

⑥ 販売促進の成果と今後の取り組み課題について

ベトナムや周辺国のフローリストを中心に花き業界関係者、一般消費者が多数来場する「Vietnam International Flora Expo」のメインステージによる日本産切花のデモンストレーションやPR展示、現地協力会社と連携した販売促進活動を行うことで、日本産切花をベトナム国内外多くのフローリストに知ってもらうことができた。とりわけ、日本産切花のアピールの仕方については、主催者と事前に確認を行い、日本産の切花を積極的に紹介するデモンストレーションのプログラムを組み込むこと

で効果的なPR活動を行うことができた。

今後、来場者からの購入の問い合わせを受けて、現地協力会社とベトナムでの販売手法を話し合い、拡販の可能性を見出していく。

(2) 日本産品のPR

(2) -1. オランダでの日本産花き総合展示・PR と日本産切り花日持ち調査

① 目的

全国花き輸出拡大協議会のオールジャパン体制で展示会を通じて来場者に日本産花きの魅力を伝え、当地での関心や購買意欲を高め、合わせて輸出量拡大につながる機会にしてゆくこと。

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)
- ・主催者の企業、団体名
団体名 HPP Exhibitions Holland
- ・会期 2017年11月8日-10日 (3日間)
- ・実施会場 元アールスメアエキスポ会場
- ・来場者 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



同時開催されるアールスメア市場のトレードフェアと合わせるとオランダ最大規模の切花を中心とした展示会といえる

- ・PRの方法：

○展示会自体の情報

会場広さ：4万8千平米

出展社数：約800社

オランダ、エクアドルドイツほか30の国から
(前年621社)

来場者数：27,116人 116カ国より

※情報は主催者のWebサイトより

<http://www.hfexpo.org/downloads/2017jzbggen.pdf>

(1) ブースでの花材の展示と説明

(2) ステージデモと作品展示

訴求内容としては日本産の美しさ高品質、多品種性。花きの最新情報を発信した。

③ 実施体制

参加会員

(市場) 株フラワーオークションジャパン 2名

(盆栽) 大宮盆栽協同組合 1名

(流通) 日本エルフシステム協会 2名

(種苗) ムラカミシード 1名

(種苗) 日本新品種育成者の会 1名

(県) 高知県 1名

(幹事) (一財) 日本花普及センター 1名

④ 実施の状況

(1) ブースでの花材の展示と説明



全景 広さ 60 平米、6m×10m、中心に日本産花きを用いた現地デザイナーによるシンボルタワーを配置

展示の内容

・切花展示

リシアンサス、デルフィニウム、スプレーバラ、芍薬、オキシペタラム、ダリアなど。

約60品種 約2,300本投入

遠くからでも人目を引くよう日本産花きをふんだんに使用して現地デザイナーに依頼して制作したフラワータワーを設置、これがフォトスポットとなり多くの人がブースに立ち寄った。

今回展示した切花はグロリオサ、リシアンサスといった定番品目に加えて、枝もの、葉物やこれまで紹介されていない、また今後販売していきたい品種を展示させた。その他これまで紹介されていない個人育種家の品種、種苗会社の提案品種ストックやキンギョソウといった品種を本展示会に合わせて前もって生産して展示させることが出来た。

展示方法については数を多く見せるのではなく、一つの花瓶に本数を少なく良品だけを生けて、すっきりさせ、品種本来の美しさを見て楽しめるようにした。今回は特に、輸出業者だけでなく、参加した県の担当者（高知県）、種苗会社、育種関係者からそれぞれの品種について深い内容の説明が出来き来場者の興味も引いていた。

・盆栽展示



盆栽は現地の業者から日本産をレンタル。カエデ、松。花の展示会場に盆栽？という感もあるが、ヨーロッパ以外からの来場者は、実際の盆栽を見る機会が少ないので興味を引いて、その後連絡を取ってくるケースが少なくないのである。切り花と盆栽を展示することで日本らしさをより演出出来る効果もあった。担当者は作業衣を着用。興味を示す来場者へは担当会員から手入れ方法や剪定の方法など説明をした。

・配布物・掲示物



協議会の英語リーフレット 400部
会員各社のリーフレットは協議会の名前シールも添付して配布した。各200-300部

・メディアの掲載実績

主催者側のメディアを通じて告知配信されたものと、現地のWeb情報サービスで取り扱われたようであるが詳細は不明。

(2) ステージデモと作品展示

展示会のイベントの一つにデザイナーズスタジオという企画があり、それに参加するオランダ人デザイナーに日本産きを用いてのデモを依頼した。このIFTFでは過去二回ブース内、また会場内の会議室を借りて、生け花系のデモ、デザイナーデモを実施したが、来場者のほとんどが業者で占められているため、一般対象としたようなフラワーアレンジメントショー、生け花教室等を企画したが、思うような人が集まらなかった。プロ向けの企画をするには、相当の事前準備や告知をする必要があることや、プロがそのためにブースを訪れたいと思わせるフラワーアーティストに頼む必要もあり、難しいことがあった。そのため主催者側の企画を運営する会社にデモ依頼した。



11月9日午後
マイケル・ヴァン・ナーマン氏
デモと作品展示観客数 20-30人

11月10日午前
シェロン・ヴァン・レーク氏
デモ観客数 10-20人

結果としてPRしたが、その効果がどれだけ得られたかはわからなかった。人数でいえば十分日本産花きの良さを聴衆に魅せること、印象を与えるが出来たとはいえない。前回、前々回よりは人数は多かった。

⑤ 問い合わせ（商談）等について

名刺交換数 102枚 展示会を機会とした新規のコンタクト数約20社 展示会を機会とした既存の取引先との商談数 約40社

⑥ PRの成果と今後の取り組み課題など

達成度合いとしては、70%。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、それに合わせて前もって展示用の栽培

をしてもらい良品を展示することができた。本事業は販売促進ではないが、商機にも大いにつながったようである。課題としてはデモンストレーションによるPRが効果的に展開できなかったことと、当初計画はなかったが、他のブースで行われていた記念品やノベルティグッズ配布して来場者により日本産花きについての印象が残るようにする、配布物からホームページに誘導させて、日本産花きについてより詳しく情報が得るようなサービスの提供することも今後は検討したいとおもわれた。カタログは詳しく見るのがなく捨てられてしまったりするが、記念品は長く手元に置いておかれ、利用される機会が高いからである。

ヨーロッパの展示会を考えると、毎年1月に行われるインターナショナルプランツメッセ、I PM エssen（ドイツ）と並んで本展示会自体が11月商談会の定番になっており、ヨーロッパのみならず世界各国から関係者が訪れ、情報交換の場となっている。このIFTFとアースルメア市場のトレードショウに各国より関係者が多く集まり来年の注文取りが行われる。扱いはどちらかといえばオランダは切り花、ドイツのそれでは鉢花種苗といったところ。6月に開催されるパクトライアルは大きなイベントではあるが、主に種苗会社ごとに個別に行われている。IFTFは輸出促進の日本産花きのPRの場としてはこれ以上適した展示会は他に見当たらないため、課題を改善してオールジャパン体制での展開を今後も継続させていきたいと考えます。

< 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・デモンストレーションの事業の一部として始められ、今年度は実施3回目。

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ー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を目指している。

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、2月の3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29年度もこのオランダの方式をほぼ同じ内容で採用して調査を実施した。



到着後保管させる



試験室の様子

〇8, 9, 2月に実施分調査結果

※実施結果一覧は下記添付

- ① 3回、合計 6品種 38品目の内7日以上の日持ちをクリアした品種は、4品種 13品目
- ② 結果、合格は34%、不合格は66%であった
- ③ 非常に厳しい結果が出た原因は、第三回に実施したダリアがすべてが短命に終わったためによる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。冬季の輸送で輸送中の温度の影響は少ないのではと思われ実施したが、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、ということに改めて感じさせた結果となった。
- ④ 一方、スイートピー、デルフィニウム、あじさいは、以前に比べて日持ちが長くなっていた。これは生産段階から輸出用と認識して出荷対応させるようになってきたからと思われる。



試験結果報告書 品目ごとに報告される

○ 今年度の日持ち調査結果からの課題

- ① 試験結果について産地へのフィードバックと今後の改善検討について十分話し合いを行ってきたい。
- ② 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引き続き払う必要がある。
- ③ 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。
- ④ 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。
- ⑤ 一方、ダリアの人気は各国より高い。平均日持ち日数が5日以上になるような工夫、品種の選抜を行い要望に答えられるよう取り組んでいきたい。
- ⑥ 展示会等で各国のバイヤーから日本産切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。

また高知県、福岡県と県として参加してきたことも今期の特徴であった。平成30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きたい。

○実施結果一覧

○オランダ日持ち試験室 試験結果概要

適			不適		
テスト数	7日以上	%	テスト数	7日以下	%
38	13	34.2	38	25	65.8

2018年2月実施 (H29年度 第三回)

試験開始 2月10日

番号	Report No.	Variety	本数	品目	品種	産地	平均		想定 輸送日数	想定 店舗日数	実質平均		備考		
							日持ち日数	7日未満			日持ち日数	7日未満			
1	44	Dalia	Shiny Orange	10	ダリア	シャイニーオレンジ	福岡県	みなみ筑後	3.5	●	2	2	-0.5	●	
2	45	Dalia	Shiny Orange	10	ダリア	シャイニーオレンジ	福岡県	みなみ筑後	3.6	●	2	2	-0.4	●	
3	46	Dalia	Shiny Orange	10	ダリア	シャイニーオレンジ	福岡県	みなみ筑後	3.5	●	2	2	-0.5	●	
4	47	Dalia	Saffron	10	ダリア	シャフロン	福岡県	みなみ筑後	3.8	●	2	2	-0.2	●	
5	48	Dalia	Saffron	10	ダリア	シャフロン	福岡県	みなみ筑後	4.0	●	2	2	0	●	
6	49	Dalia	Saffron	10	ダリア	シャフロン	福岡県	みなみ筑後	4.0	●	2	2	0	●	
7	50	Dalia	Miccan	10	ダリア	みっちゃん	福岡県	みなみ筑後	4.4	●	2	2	0.4	●	
8	51	Dalia	Miccan	10	ダリア	みっちゃん	福岡県	みなみ筑後	4.2	●	2	2	0.2	●	
9	52	Dalia	Miccan	10	ダリア	みっちゃん	福岡県	みなみ筑後	4.9	●	2	2	0.9	●	
10	53	Dalia	kamakura	10	ダリア	カマクラ	福岡県	みなみ筑後	2.8	●	2	2	-1.2	●	
11	54	Dalia	kamakura	10	ダリア	カマクラ	福岡県	みなみ筑後	2.6	●	2	2	-1.4	●	
12	55	Dalia	kamakura	10	ダリア	カマクラ	福岡県	みなみ筑後	2.9	●	2	2	7.3	●	

2017年9月実施 (H29年度 第二回)

試験開始 9月16日

番号	Report No.	Variety	本数	品目	品種	産地	平均		想定 輸送日数	想定 店舗日数	実質平均		備考		
							日持ち日数	7日未満			日持ち日数	7日未満			
1	70	Hydrangea	Hydrangea Gred	4	あじさい	グリーン	群馬県	JA利根沼田片品	11.8		2	2	7.8		
2	71	Hydrangea	Hydrangea Gred	4	あじさい	グリーン	群馬県	JA利根沼田片品	11		2	2	7		
3	72	Hydrangea	Hydrangea Gred	5	あじさい	グリーン	群馬県	JA利根沼田片品	11.8		2	2	7.8		
4	73	Delphinium	Preston Blue	10	デルフィニウム	フレストンブルー	北海道	三石町	17		2	2	13		
5	74	Delphinium	Preston Blue	10	デルフィニウム	フレストンブルー	北海道	三石町	15		2	2	11		
6	75	Delphinium	Preston Blue	10	デルフィニウム	フレストンブルー	北海道	三石町	16.6		2	2	12.6		
7	76	Ixora	Ixora chinensis	10	サンタンカ		沖縄県	JA沖縄	6.9		2	2	2.9	●	
8	77	Ixora	Ixora chinensis	10	サンタンカ		沖縄県	JA沖縄	8.4		2	2	4.4	●	
9	78	Ixora	Ixora chinensis	10	サンタンカ		沖縄県	JA沖縄	3.6		2	2	-0.4	●	
10	79	Ixora	Ixora chinensis	10	サンタンカ		沖縄県	JA沖縄	3.3		2	2	-0.7	●	
11	80	Gloriosa	Zipang Sasayo	10	グロリオサ	ジパングサヨ	高知県	三里園	8.9		2	2	4.9	●	
12	81	Gloriosa	Zipang Sasayo	10	グロリオサ	ジパングサヨ	高知県	三里園	8.6		2	2	4.6	●	
13	82	Gloriosa	Orange Heart	10	グロリオサ	オレンジハート	高知県	三里園	11		2	2	7	●	
14	83	Gloriosa	Orange Heart	10	グロリオサ	オレンジハート	高知県	三里園	9		2	2	5	●	

2017年8月実施 (H29年度 第一回)

試験開始 8月28日

番号	Report No.	Variety	本数	品目	品種	産地	平均		想定 輸送日数	想定 店舗日数	実質平均		備考		
							日持ち日数	7日未満			日持ち日数	7日未満			
1	58	Gloriosa	Southan Wind	15	グロリオサ	サザンwind	高知県	三里園	6.2	●	2	2	2.2	●	
2	59	Gloriosa	Southan Wind	15	グロリオサ	サザンwind	高知県	三里園	6.5	●	2	2	2.5	●	
3	60	Gloriosa	Southan Wind	15	グロリオサ	サザンwind	高知県	三里園	8.4		2	2	4.4	●	
4	61	Gloriosa	Southan Wind	15	グロリオサ	サザンwind	高知県	三里園	10.3		2	2	6.3	●	
5	62	Delphinium Grandifl	Marin Blue	5	デルフィニウム	マリブルー	北海道	三石町	11.2		2	2	7.2		
6	63	Delphinium Grandifl	Marin Blue	5	デルフィニウム	マリブルー	北海道	三石町	7.3		2	2	3.3	●	
7	64	Lisianthus	Fuga pink	5	リシアンサス	フーガピンク	長野県	フラワースピリット	12.2		2	2	8.2		
8	65	Lisianthus	Fuga pink	5	リシアンサス	フーガピンク	長野県	フラワースピリット	14.6		2	2	10.6		
9	66	Lisianthus	Fuga pink	5	リシアンサス	フーガピンク	長野県	フラワースピリット	12.0		2	2	8		
10	67	Lisianthus	Suger White	5	リシアンサス	シュガーホワイト	長野県	フラワースピリット	10.8		2	2	6.8	●	
11	68	Lisianthus	Suger White	5	リシアンサス	シュガーホワイト	長野県	フラワースピリット	11.3		2	2	7.3		
12	69	Lisianthus	Suger White	5	リシアンサス	シュガーホワイト	長野県	フラワースピリット	9.8		2	2	7.3		

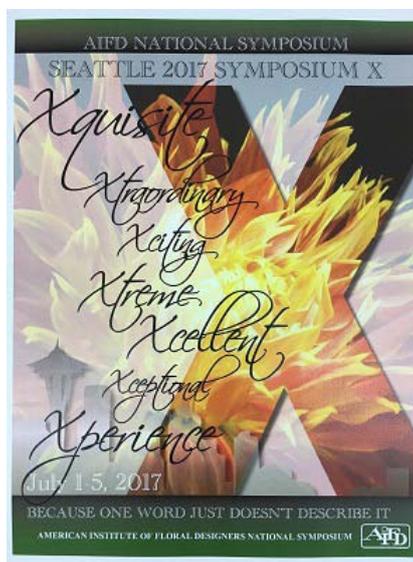
(3) - 2. 2. アメリカ・シアトルでの日本産切花展示・PR

① 目的

全国花き輸出拡大協議会のオールジャパン体制で全米フラワーデザイン協会(AIFD)の年次イベントを通じて会員のフラワーデザイナーたちに日本産花きの魅力をPR。当地での関心や購買意欲を高め、輸出量拡大につながる切り口にしてゆくこと。

② 実施内容

- ・対象国 アメリカ ワシントン州シアトル
- ・対象品目 切花
- ・イベント名称
AIFD 2017 National Symposium Seattle 2017 Symposium "X".
- ・主催者の企業、団体名
American Institute of Floral Designers (AIFD) 全米フラワーデザイナーズ協会
- ・会期 2017年7月1日-5日 (5日間)
- ・実施会場 ワシントン州 (シアトル) コンベンションセンター
- ・対象者 所属する会員デザイナーとデザイナー志望の生徒、デザインに強い興味を持つ一般者、花き関係業者



○ AIFDと本イベントについて

AIFDは、1965年に設立されたアメリカでのフラワーデザインの普及啓発や教育、人材育成などを目的とした非営利団体。フラワーデザイナーとしての認証制度を導入しており、毎年試験を実施。この認定取得するとアメリカ内でデザイナーとしての認知度やステータスが高くなるようで取得のしようとする人気がある。AIFD自体の情報はWebサイトよりご確認ください。

<http://aifd.org/about-us/>

イベント Symposium は毎年7月初めに実施され関係者内年次会議のほか、デザイナーたちによるショウやコンテスト、プロ向け、一般向けのセミナー、ワークショップ、参加企業の商品展示会、オークション、各種パーティ、デザイナー認定試験など多彩なプログラムが期間中行われる。

<http://aifd.org/2017-symposium-recap/>

入場料は最低500ドル(約6万円) 通期チケットとお高く、来場者はそれを払ってでも訪れたいというフラワーデザインに高い関心がある方ばかりである。

AIFD認定デザイナー数は約800人、会期中の来場者数は公表されなかったが、公演会場の規模

やイベントに集う様子を見る限りでは少なくとも1日2-3000人程度は入っていたと思われた。



デザイナー承認者の作品展示の様子

③ 実施体制

参加会員（人数に補助対象参加者以外も含む）

- ・ (株) なにわ花いちば (市場) 2名
- ・ (株) 大田花き (市場) 1名
- ・ (株) 大森花卉 (市場) 1名
- ・ (幹事) 全国花き輸出拡大協議会事務局 1名

協力者 フラワーデザインスクール秋桜花代表 神保豊 (AIFD日本支部) とスタッフの方々

④ 実施の状況

準備から花材デリバリー状況。開催が7月であるため用意できる花材が豊富になかったことが悩まれた。リシアンサス、グロリオサ、オンシジウムなどを主に用いた。合計約4,400本投入。会場がシアトルでそこまでのデリバリーにも悩まされた。日本からの直行便はなく、シアトルは参加事業者のなにわ花いちば、大森花卉の現地取引先での直接のオペレーションが及ばない場所であった。主催者側から紹介された地元業者も日本からの輸入業務の経験がない。慣れないところに頼めないため、リスク回避を含めてなにわ花いちば社の対応出来そうな物流ルート、大阪-サンフランシスコから陸送でシアトル、大森花卉社で対応できそうな物流ルート 東京-ロスアンゼルスから陸送でシアトル、という2つのパターンでコストはかかるが輸送させた。

ロスアンゼルスでの検疫所で指摘が入り、検査に一日余計に費やしたが、両ルートで到着後はそれぞれ速やかに会場のAIFDスタッフ(メンバー)が開梱、水揚げを手慣れて行ってくれた。

他のイベントではわれわれ参加者が自ら行う作業で人手も時間も要していたが、その作業がなく任せることができ、実際大変助かった。花材到着後は目的に合わせて品目数量を分けて、早速デザイナーたちの作品作りに使われていった。

(1) 会場の企業展示ブースでの花材展示と説明

同じ会場内で展開されるパートナーズエキスポというAIFDに協賛する企業のPRが出来るような催事に出展した。開催期間は2日間テーブル2台借りて展示した。

ここでパンフレット配布、説明、メインステージプログラムで日本産花きをPRすることをつたえた。期間中約500人來られていた。日本産の花を初めてみるという声を多く聞かれた。

(2) メインステージプログラムでの演出

ステージプログラムはシンポジウムのメインイベント。選ばれたデザイナーたちによるステージショー。今回はその中の一人として出演する日本人デザイナー神保豊氏のプログラム、‘ミーニングオブカルチャルフレンドシップ’に花材協賛し作品に使用して、日本産花きをPRした。

ショーの最中も各デザイナーからまた進行司会者から日本産花きの特徴や使い方などが伝えられた。



パートナーズエキスポ展示の様子

神保豊氏のプログラムでは、スペイン、ロシア、香港、メキシコ、韓国のAIFDデザイナーも協働して華やかにステージ演出された。約2,000人収容の会場はほぼ満席であった。



作品は会場入り口のロビーで展示

(3) AIFDデザイナーへの花材提供作品制作

AIFD 人気デザイナーたちへも花材を提供してその作品制作してもらうことも試みた。普段使用することが少ない日本産花きはデザイナーたちにも新鮮であったようで、いい印象を、またそれらの作品を見た来場者へ与えられたと思われる。



(4) PR用の配布物、掲示物



「美しい日本の花」1000部
展示催物会場とステージ
会場で配布した

ステージ告知のビラ
1000部

映像 日本産花きのスライドを製作し、
受付付近で映し出した

(5) メディアの掲載実績

地元テレビ局やプレス関係者の取材があったようだが、結果どのように取り上げられ伝えられたのかは後追いで把握できなかった。A I F D主催者から、各デザイナーからもソーシャルメディアを通じてそれぞれ配信された。

⑤ 問い合わせ（商談）等について

花材展示、パートナーズエキスポを機に購入したい旨の引き合いがよせられた。新規流通3社とコネクションが出来輸出も始まった。本イベントに起因するかは定かではないが、アメリカの輸出量は前年比135%ということであった。

⑥ PRの成果と今後の取り組み課題など

参加会員事業者はデザイナーたちとこれを機会に知己ができ、個別にやり取りもされているようである。当地での関心や購買意欲を高め、フラワーデザイナーたちに日本産花きの魅力をPRする目的はある程度出来たのではと考える。本イベントに日本産花きPR事業を展開できたことは効果的であったと思われる。日本産花きを初めて見たという声も多く聞かれた。

ただ、表面的な対応花材提供だけではなく、主催者や著名デザイナーたちとコミュニケーションを深めて、創造意欲を触発させて「日本の花を本当に使いたい」と思わせて行くようにしていく必要がある。アメリカ型の売り込みをしていくことも必要である。具体的には期間中に実施されているデザイナーズパーティや役員たちとのソーシャルパーティへ参加して、輸出事業者は積極的に自分個人のPR売り込みをする必要がある。コミュニケーションや自己表現していかないとPRの取り組みは半減するので、その点をどう対応していけるのが重要である。初めて参加したがA I F Dの協賛企業として年間を通じての情報配信や交換をしていくことも必要であると思われる。

(2) - 3. 中国上海 I P Mでの日本産花きの総合展示・PR

① 目的

世界最大の切花輸入国の中国で、全国花き輸出拡大協議会のオールジャパン体制で展示会を通じて来場者に日本産花きの魅力を伝え、当地での関心や購買意欲を高め、輸出量拡大につながる切り口にしてゆくこと。

② 実施内容

- ・対象国 中国上海
- ・対象品目 切り花、盆栽
- ・イベント名称 I P M上海
International plants Messe /China
International Floriculture & Horticulture Trade Show
- ・主催者の企業、団体名
Shanghai Intex Exhibition Co.,Ltd
- ・会期 2017年5月10日-12日（3日間）

- ・実施会場 上海新国際博覧センター
- ・対象者 業界関係者（初日と二日目）と一般（最終日）



○展示会自体の情報

会場広さ：4万平米ホール3棟（前年比50%増）

出展社数：約800社 オランダ、エクアドル、ドイツほか30の国から（前年621社）

来場者数：31,264人 57カ国より

情報は主催者のWebサイトより

<http://www.hfexpo.org/downloads/2017jzbggen.pdf>

※中国で最大規模の花き植物関係の展示会

・PRの方法

(1) ブースでの花材の展示と説明

(2) デモンストレーション ステージとブースデモ デザイナーによる日本産花きを使用してのフラワーアレンジ実演

(3) 生け花ステージデモと作品展示

当地の日本の生け花スクール関係者によるステージデモンストレーション

③ 実施体制

参加会員（参加者は補助対象参加者以外も含む）

- ・ (株) フラワーオークションジャパン（市場）2名
- ・ (株) アヤブリッジ（卸輸出入業）4名
- ・ 大宮盆栽協同組合（盆栽）1名
- ・ (一財) 日本花普及センター 1名
- ・ 講師、デザイナー、アシスタント
- ・ (有) エーティージェイ デザイナー 朝山和代、アシスタント 金藤公夫

④ 実施の状況

(1) ブース展示



全景 広さ 60 平米、6m×10m・高さ 3.5m



切花展示



盆栽展示



中心にフラワータワーを作り目立たせた

今回展示した切花はこれまでフラワーオークションジャパン社があまり当地で紹介されていない、今後販売していきたい品種を主に展開した。

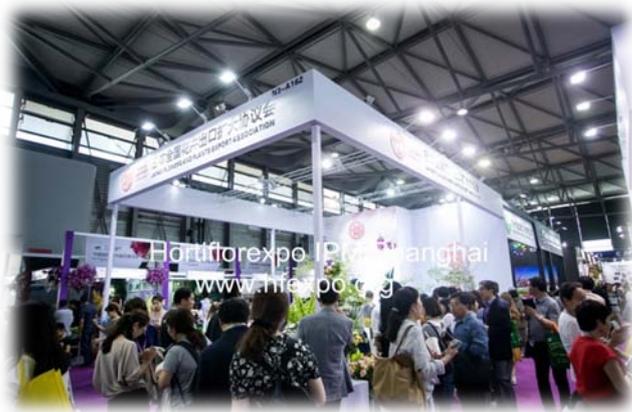
○ 約 60 品種 約 2,800 本投入 展示に使用。リシアンサス、デルフィニウム、スプレーバラ、芍薬、オキシペタラム、ダリアなど

すでに輸出品目として人気の高いグロリオサは当地の生け花デザイナーのステージで使用してPRさせた。ブースには遠くからでも人目を引くよう日本産花きをふんだんに使用してのシンボルタワーを設置、これがフォトスポットとなり多くの人がブースを訪れる効果が得られた。来場者に日本産花きの特徴を説明。協議会の中国語のリーフレット 2,000 枚配布。

盆栽は現地の業者からレンタル。皁月

(サツキ) の 3 鉢のみ。中国輸出でサツキの取引額が少しずつ増えている傾向があり、比較的日本で作りやすく花の種類も豊富であるため輸出の主力商材となる期待が高いと判断、今回はサツキに

特化して展示させた。ブース内で切り花と盆栽を展示することで日本らしさをよりPR出来る効果もある。担当者は作務衣を着用。今回は盆栽を管理する際欠かせない資材剪定用の鋏も試験的に展示して反応をみることも試みたところ興味を引いていた。尚、盆栽のデモは実施しなかったが、興味を示す来場者へは担当会員が説明をした。



ここに限らず中国の展示会の来場者によくみられることだが、展示物で興味を引いた花などを、スマートフォンで撮影後に知り合いへ情報配信、情報交換、共有など自国のソーシャルメディアサービスを通じて情報を拡散している様子が非常に多くみられる。これらを通してPRでの効果を得たり、有効な中国マーケティングやネット販売につながっていると思われるが詳細は把握していない。なお中国国内

は日本で一般的に使われているSMSのFacebook, Instagram, LINEは制限がかかっており、基本的に利用できない環境である。



夏向きのアレンジ作品のひとつ

毎回盛況で通路にも見学者があふれ熱心に見る観客が多かった。主催者からブースデモの告知アナウンスを会場内でしたいとの話もあったが、ブース内に人が集まりすぎると危険なので断った。作品は一回約3-5個の作製した。作品をここで販売しないのか、という声をよく聞かれた。日本産花きで自分で作れますよと返答したが、実際のところ使用してたバスケットなどの資材は上海では扱っているところはまだないようであった。

(2) -1 ステージショウ (フラワーアレンジメントショウ)

・5月12日10:00-11:00

当日はあいにくの雨で来場者の入りが鈍かったこと、デモは当日最初の回、会場オープン時間の30分後に開始というまだステージ会場にまで人が流れてこない集まらないという状況であったが主催

者側の配慮で開演を30分遅らせてもらいスタートした。開始されたが、デモのMCが館内に流れると徐々に会場に人が集まってきてほぼ満席となった。



講師より日本産花きの特徴、手間をかけた日本の生産技術、品種の多様性、日持ちのよさ、などステージ上からわかりやすく説明。デモで用いられているそれぞれの品種について、その活かし方なども伝えられた。聴衆約300人。今回協力していただいたデザイナーの朝山氏また金藤氏はプライベートでも中国でスクールや関係者にフラワーアレンジを伝えている経験があり、中国の利用者が好みそうなデザインでアレンジしたりもしていた。2台の大型モニターを通じて、日本産花きの良さを聴衆に魅せること、印象を与えるが出来た。このステージデモでのPR効果は高かった。



(2) - 2 生け花ステージデモと作品展示

当地の池坊のスクール関係者に日本産花きを提供し、使用してのステージデモンストレーションと作品展示も実施した。普段、扱うことが出来ない花材や枝もので生けることが出来、珍しさもあり生徒の方に好評であった。



日本産花きの特徴を現地の方から伝える



上海では珍しい日本産リシアンサスとサンダーソニアを使
 ったの生け花作品が注目を集めていた

(3) PR用の配布物、掲示物

- ・中国語リーフレット切り花 1,000 部
- ・英語リーフレット植木盆栽 1,000 部

用意した枚数はすぐに配布し切ってしまった。少なかった。ただしパンフレットでPRすることよりも、現地はスマートフォンから情報を得るご時世のようで、今後それに合わせてパンフレットという従来からある媒体から移行させる時期なのかもしれないという感じがした。



(4) メディアの掲載実績

地元テレビ局やプレス関係者がブースに取材に来たが、結果どのように取り上げられ伝えられたのかは後追い把握できなかった。

(5) アンケート

今回は実施しなかった。理由として、すでに別の以前実施した上海での事業で行っていることや、“展示しているどの花が好きですか？”のような嗜好品調査を来場者にしても大きなPRの効果は得られないこと、また、どのような花が買いたい、売りたいのかはバイヤーとする商談内であり、参加した個々の事業者が対応した。来場者が多くアンケート対応することも出来ないこともある。

⑤ 問い合わせ（商談）等について

切花輸出事業者のフラワーオークションジャパンとアヤブリッジは知り合った新規業者10社と展示会後もやり取りが続いている。また大宮盆栽協同組合も本事業を起因として約2千万円の盆栽の売り上げがあり、輸出促進にもつながった。

⑥ PRの成果と今後の取り組み課題など

実施計画に対する目標の達成度合いについては、予算的にはその金額内で収めることができ、PRを同一会場でブースデモ、ステージデモ、地元の切花関係者との協働など多彩なPRが出来て有益で内容も当初の予定、目的にほぼ達したのではないかと考える。こうすればもっと良かったということでは、アンケートしてくれた人に日本産花きを連想させるような記念品をあげて関心を高め継続させるような手法を取り入れて運営展開させるようなことは今後検討してもよいかもしれないと思われた。展示会を機会に参加した展示会は上海のみならず、中国全土、また近隣アジア諸国からのバイヤーとの商談や情報交換の場となっている。PR効果も高い。



閉鎖予定の昔からの地元花市場

開催が年度初めの4月-5月であるということなので、年度事業の端境期でその前年から対応していくことが難しいという大きな点がある。普段から中国との花き関連の交流、情報収集は深めて行きたいところである。中国で最大規模の花き関係の展示会はヨーロッパや他アジアからの出展も多い国際展示会である。その中で花きでの出展は本事業からのものだけで、日本産花きのPRとしてオールジャパン体制で展示出展しているのは、意義があると思う。今後も継続してより効果的な内容で出展していければ更に輸出促進につながると考えている。

(2)-4. ドイツ IPM エッセンでの日本産植木、盆栽展示・PR

① 目的

全国花き輸出拡大協議会のオールジャパン体制で展示会を通じて来場者に日本産植木、盆栽の魅力を伝え、当地での関心や購買意欲を高め、輸出量拡大につながる切り口にしてゆくこと。

② 実施内容

- ・対象国 ドイツを中心としたEU
- ・対象品目 植木 盆栽

- ・イベント名称 IPM Essen
- ・主催者の企業、団体名 Messe Essen GmbH
- ・実施期間 2018年1月23日から26日 会期4日間
- ・実施会場 Messe Essen
- ・出展社数 1575社 45カ国
- ・対象者 花き園芸業界関係者（初日から3日目）と 一般（最終日）
- ・来場者数 約54,000人
- ・訴求内容 日本産の品質について
- ・イベントの周知、PRの方法 主催者側の告知
- ・来場者の募集方法 主催者側の告知HP・Facebookでの告知
- ・PRの方法
 - (1) ブースでの日本産植木盆栽の展示と説明
 - (2) デモンストレーション



花き植物関係の展示会ではヨーロッパ最大規模

③ 実施体制

参加会員

- ・千葉県植木生産輸出入部会 2名
- ・奈良県花き植木農業協同組合 1名
- ・香川県盆栽生産振興協議会 1名
- ・埼玉県輸出盆栽研究会 1名
- ・(一社) 日本植木協会 1名
- ・(一財) 日本花普及センター 1名
- ・協力 ブースデザイン (有) あかざ

昨年平成28年度の輸出促進事業で初めて出展し、PRのみならず、展示に起因したその後の商談の継続、関連情報量の増加、既存取引先とのコミュニケーションの良好化、参加者の輸出の取り組みへ気づき、意欲の高揚などの良好な効果がみられた。その流れを受けて本年度も参加会員数や展示スペースを増やし展示内容も改良して出展、最終的には販売結果にむすびつけられることを意識して臨んだ。

④ 実施の状況

(1) ブース展示



全景 広さ 40 平米、5m×8m、高さ 3m



盆栽は五葉松を4鉢 香川県産、埼玉から輸出されたもの。植木はキャラと五葉松を一本ずつ。正確な産地は不明。いずれも展示会のためだけに植木や盆栽を当地へ日本から送れないため地元の植木業者からレンタルで対応した。

ディスプレイに産地の輸出可能な商品を連続写真として映し出すようにした。国内産地の様子のポスターパネルも掲げた。

更に日本的なミニ庭園もブース内に造り来場者の目を楽しめるようにした。



配布物は協議会で作成した植木盆栽リーフレットを500部花き総合パンフ400部配布、千葉県植木生産組合連合会輸出入部会のリーフレット、匠瑤市の植木リーフレット、高松盆栽、奈良県植木のリーフレットも協議会のシールを貼って配付をした。

(2) デモンストレーション

植木は千葉県植木伝統樹芸士たちによるデモを一日1回実施した。内容はハサミを使って枝を美しく形を整えていく切り方について実演しながら、日本の植木についての話をしていた。

デモの様子ははっぴやはちまきの容姿もあり人目をひいていた。日本ではこのように管理していることを聴衆に説明した。質問も多かった。

盆栽は、会場時間に盆栽の手入れ、枝切り、ワイヤー作業を行っているうちに人が集まり説明を始

めるというスタイルで対応した。盆栽は見たことがあるが、どのような作業をして作るのか知らない人が多い。また見学者に愛好者が多かった。



⑤ 期間中の状況、聞かれたことなど

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、商談や情報交換の場としてもとても効率が良いことがある。中東レバノンの植木業者とやりとりがある参加会員はその場で話し、そのご買い付けに来て注文となった。ある中国やイタリア業者は既存の日本の輸出業者の対応が悪いので、他の業者を紹介してほしいとか買い手側の立場での話も聞けたりした。近年は、日本が直接輸出し始めたので日本産が売りづらくなったと話す代理店もあった。I PM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。ホール一つがイタリアで占められていたりもする。各参加事業者も交代で他国ブースへの売り込みを行ったりもしていた。今回の出展により、見込み客を獲得できたとの植木での参加会員からの声もきかれた。盆栽についてはヨーロッパでは既に代理店販売チャンネルが確立している状況があり、そことの関係を太くすることが輸出量拡大へつなげる手段の一つとなっている。我々の展示会でのPRで関心を高めて、注文は地元の代理店販売店へ、という流れ。なお盆栽販売はWeb販売が主流となっておりドイツからヨーロッパ中に売られている。

また11月に実施したイスタンブールの展示会でも行ったように日本の産地への「バイヤー招へい」の案内も行った。購買意欲が高く、日本産植木盆栽を購入したことがまだない潜在バイヤーにむけて100枚案内書を渡したが、結果としてポーランド人一人から反応があり、やり取りを続けたが来

日しなかった。

- ・ブースでの問い合わせ（商談）数
植木 80 件
盆栽 40 件
- ・名刺交換枚数 新規社 59 枚

今回複数の輸出事業者が参加したが、価格競争にならないよう、設定価格は各社間でもわかるようオープンにして臨んだ。

⑥ PRの成果と今後の取り組み課題

達成度合いとしては80%。一方課題としては展示会で会えた見込み客とこのあとどのようにフォローしてよいのか煮詰まっていない点が見られた。その場で盛り上がりながらもその後連絡ややり取りが滞ってしまいがちである。

(2) -5. トルコでの日本産植木、盆栽展示・PR

① 目的

全国花き輸出拡大協議会のオールジャパン体制で展示会を通じて来場者に日本産植木、盆栽の魅力を伝え、当地での関心や購買意欲を高め、輸出货量拡大につながる切り口にしてゆくこと

② 実施内容

- ・対象国 トルコ
- ・対象品目 植木、盆栽
- ・イベント名称 ユーラシアプランツフェア／フラワーショウイスタンブール
Eurasia Plants Fair /Flower Show Istanbul
- ・主催者の企業、団体名 CYF Fuarclik
- ・会期 2017年11月23日（金）～11月25日（土） 3日間
- ・実施会場 TUYAP Istanbul Fair and Convention center
- ・出展社数 280社 17カ国
- ・対象者 業界関係者（初日と二日目）と一般（最終日）
- ・来場者 約1.1万人
- ・PRの方法
 - (1) ブースでの植木盆栽の展示と説明
 - (2) デモンストレーション



トルコで最大規模の花き植物関係の展示会

③ 実施体制

参加会員

- ・千葉県植木生産輸出入部会 3名
- ・香川県盆栽生産振興協議会 1名
- ・埼玉県輸出盆栽研会 1名
- ・(一社) 日本植木協会 1名
- ・横浜植木(株) 1名
- ・(一財) 日本花普及センター (幹事) 1名

参考：千葉県の事業者他が千葉県の事業として下計4名同行参加している。

千葉県植木生産組合連合会輸出入部会 3名

(株) トーチインターナショナル 1名

出展までの経緯として、2016年のアンタルヤ国際園芸博覧会に出展した際のジャパンデーにおけるビジネス意見交換会の合意事項として、日本からの全国花き輸出拡大協議会等の出展を歓迎することがあったことを受けたことがあった。ただし、当時日本からのトルコへの切花及び鉢物の輸出については、日本からの輸入農林水産物について放射能検査が義務付けられていることから、極めて難しい状況もあり、日本産植木と盆栽で展開することになった。

④ 実施の状況

(1) ブース展示



全景 広さ 40 平米、5m×8m、高さ 3m



千葉県植木生産組合連合会輸出入部会のリーフレット、四
瑛市の植木リーフレットの配付をした



キンメツゲは千葉産のものをいづれも地元業者からレンタルした。ディスプレイに
キンメツゲと盆栽の真柏、五葉松、カエデと併せて展示した。盆栽は松は香川県産、シンパク、カ
エデは埼玉から輸出されたもの。

(2) デモンストレーション

千葉県植木伝統樹芸士によるデモを一日 1 回実施した。

そもそも樹木をハサミを使って芸術的に形を整えていくという発想が無いようで、その様子は独自の
コスチュームやはちまきや容姿もあり人目をひいていた。日本ではこのように管理していること
を聴衆に説明した。質問も多かった。

盆栽は、会場時間に盆栽の手入れを行っているうちに人が集まり説明を始めるとうスタイルであっ
た。初めて実物の盆栽を見る人が多かった。



⑤ 期間中の状況、聞かれたことなど

植木：植木を扱っている来場した業者、出展業者によると、トルコでは国を挙げて公共施設の整備に取り組んでおり、サルスベリや、マキ、キンメツゲ等の植木をイタリアなど近隣諸国に大量発注をかけている状況がある。なので日本産を買うとしても、一本数百万円するような芸術的な商品よりも、3-5万円程度である程度そろった形のものを200-300本供給できるほうがよい、とのことであった。トルコの大手と呼ばれる植木業者は公共事業開発を手掛けている。そのため量がまとまっていることを希望している。トルコへ過去に日本から輸出されているものは数が少なかったが、それは日本庭園を造るという特殊需要をうけてのものだったと話す業者もいた。以前ドイツ、イタリア等経由で購入したことがあるという業者は日本から直接買いたいのが数本であるならヨーロッパから買ったほうが確実と話す。イスタンブールにまとめて送り、中東や近隣の旧共産国へ販売することもできるがオーダーをまとめるには手間がかかるので今は積極的に出来ない。また植木業者は一樣に盆栽にはほとんど興味を示さず扱う気も無いようだった。

盆栽：イスタンブール盆栽協会という団体所属の方が毎日訪れていて食い入るようにデモを見ていたり質問していたことが印象的であった。愛好家マニアたちである。



盆栽のことは映画「空手キッズ」で主人公（の父親？）がたしなんでいたシーンをみて興味をもった。と口ぐちに話していたのが印象的だった。イスタンブールで日本産の盆栽を手に入れることはほとんどなく、情報もない。管理の方法もよくわからない、協会でセミナーを開催してほしい、自分の盆栽を家から持ってきたから剪定してほしい（実際に剪定してあげた）と関心は高かった。参考展示した専用の盆栽鋏や枝に捲く針金類にも関心を示していた。これを見ていた参加会員より、一昔前のドイツのような状況、現在は盆栽が盛んになり愛好家も増えて輸出量も増えたがその昔は流布していなかった状況に似ている、イスタンブールは盆栽ブームの黎明期ではないのか、というコメントもあった。ただドイツの時の場合は当地で広げようとする人がいてそれをサポートする人物や会社が存在して発展したが今の日本でそれを誰がやるのか、出来るのかわからない。盆栽ニーズはあるので何とかしたいところである。別事業のバイヤー招への案内をした。

イスタンブールで日本産の盆栽を扱っているのはレンタルしてくれた2軒の園芸店しかないようだ。ブースでのPRのほか、通訳同行で植木、盆栽の会員それぞれほかの出展社のブースを訪問しPRもした。他のブースへPRしに行くと言話を聞いてくれないケースがほかの展示会では多いのだが、トルコ人の親日感があるのか、このイスタンブールの展示会に関してはどこのブースもよく話を聞いてくれたようであった。商談も出来た。イスタンブールで日本の事業者が出展するのは初めてと聞いた。また2016年のアンタルヤ国際園芸博覧会に出展した際のジャパンデーにおける政府間のビジネス意見交換会の件を受けたことによるのか、ブースに大統領府からエルドアン大統領の顧問の方の訪問があった。11月22日にはジェットロイスタンブール事務所を訪問、日本企業の進出状況などを聞いた。

- ・ブースでの問い合わせ（商談）数
 - 植木 20 件
 - 盆栽 10 件
- ・名刺交換枚数 新規社 50 枚

今回複数の輸出事業者が参加したが、価格競争にならないよう、設定価格は各社間でもわかるようオープンにして臨んだ。

⑥ PRの成果と今後の取り組み課題

ほとんどが初めての会社と合うことができたこと、輸出に当たり当地の状況を知ることができたことは意義があったと思う。たとえば植木マクロボンサイ（中型盆栽）の需要は年々高まっている状

況を知り、今後はそのようなニーズに合った商品提案や販売促進活動をしていくことが必要だと参加事業者が考えるようになった。

(2) -6. オーストラリアでの日本産切花の展示・PR

① 目的

オーストラリアは、過去25年間、連続してGDPのプラス成長を続けており、国民所得や生活水準が高く、高級品に対する購買意欲も高いため、高品質・高価格の日本産切花の輸出に商機があると考えられる。また、日本とは季節が真逆な南半球に位置している地理的特性から、日本産切花の優位性が最も発揮できる12月から3月が真夏となり、現地で生産される切花の種類が限定されることから、現地産や輸入切花との差別化を図ることで富裕層を中心に潜在的なニーズがあると考えられる。

しかしながら、当協議会会員の現地での取引状況のヒアリングから、多様で高品質な日本産切花に対する認知度は低く、また、厳格な検疫制度から、日本からの切花の輸出額は、アメリカやヨーロッパと比較して少ない状況にある。(2017年切花輸出額5,640千円)

今回、オーストラリアの花き業界関係者が一堂に集う「メルボルン国際フラワー&ガーデンショー」にて、高品質で多様な日本産切花の花材展示や現地デザイナーによるデモンストレーション、作品展示等のPRを通じて、独自の花形や色合い、大きさ等の魅力と、現地で流通している切花との違いを訴求し、認知度の向上に取り組んだ。

また、今回、交付決定後の準備の過程の中で、農林水産省 消費・安全局 植物防疫課より、オーストラリア向け切花・切枝の植物検疫要件の改正(2018年3月より施行)について、豪州の検疫機関からの通知を受けた(2017年9月14日)。

「メルボルン国際フラワー&ガーデンショー」の会期が2018年3月であることから、植物検疫要件の改正への対応についても、本事業の目的に追加し、取り組んだ。

② 実施内容

- ・対象国：オーストラリア メルボルン
- ・対象品目：切花(5品目 44品種)
- ・イベント名称：Melbourne International Flower & Garden Show
- ・主催者の企業、団体名：International Management Group of America Pty Ltd
- ・実施期間 2018年3月21日(水)～2018年3月25日(日)
- ・実施会場：Royal Exhibition Building & Carlton Gardens
- ・対象者：オーストラリアの花き業界関係者、一般消費者91,000人来場(主催者公表)
- ・訴求内容：多様で高品質な日本産花きの魅力(色合い、花形、大きさ、仕立て、香り)素材をデザイン、アレンジした時の商品の付加価値、空間装飾性の高さ

現地流通花材（国産、輸入）との差別化

- ・ イベントの周知：主催者や現地取引先パートナーを通じた告知、来場者の口コミ・SNS
- ・ PRの方法：
 - ーブース内で日本産切花を展示した
 - ー現地デザイナー（5名）による日本産花きの魅力や特徴の解説を交えながらのアレンジ
やブーケのデモンストレーション
 - ーデモンストレーションで制作したアレンジ、ブーケをブース内に展示、ディスプレイ
 - ー日本産花きPR用のパンフレットを来場者に配布
 - ー展示花きに関する嗜好、ニーズに関するアンケートを実施
 - ー参加会員の現地取引先パートナーのブースにて、日本産切花の展示PR
- ・ 参加者の募集方法：接客時の告知、チラシ配布、ブース内でポスター掲示

③ 実施体制

- ・ 参加会員：豊明花き株式会社 2名
- ・ 日本花普及センター 1名
- ・ 現地デザイナー： 4名
- ・ 産地：愛知県、静岡県、長崎県、長野県
- ・ その他：植物検疫についての指導
農林水産省 消費・安全局 植物防疫課 企画班、国際室 輸出検疫班

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

- ・ 内容 日本産切花の花材展示
- ・ 日程 3月21日（水）～3月25日（日） 9：00～17：00



4m×4.5mのブースには5品目44品種の多様な日本産切花を展示。多様で個性的な日本産切花の品質はもちろん、フラワーショップのようなディスプレイも評価が高かった。来場者の口コミによる出展者の視察が相

次いだ。また、来場者からは「出展者の中で一番価値あるブースである」との評価の声も多数聞かれた。



アンケートで一番人気の花材は、No. 38 巨体輪のランキュラス（ピンク）。

個性的で多様な日本の切花を知っている方はおらず、その綺麗さ美しさに驚嘆の声が多数聞かれた。



来場者からは、「Real Flower?」「Fresh Flower?」との質問と、購入に関する問い合わせが相次いだ。





参加会員の現地パートナーのブースでも日本産切花を展示し、2拠点でPRを実施。

花の色合いや形、大きさから造花と間違える方が多数。Fresh Flower の手書きサインを追加で掲示。

1) - 2 PR展示・デモンストレーション・セミナー内容

- ・名称 現地デザイナーによるデモンストレーション
- ・日程 3月21日(水)～3月25日(日) 12:00～13:00
- ・参加者数 約115名 ※ 3/21(水) 約20名、3/22(木) 約20名、3/23(金) 約15名、3/24(土) 約30名、3/25(日) 約30名



3/21～25の会期中、展示ブース内で5人の現地デザイナーによるデモンストレーションを実施。



巨体輪、ラックス系のランタンキュラス、グロリオサが人気。シャクヤクと間違う方も多数。



デモンストレーションの作品もディスプレイ展示。ほとんどの来場者は、写真撮影をしていく状況。



現地の流通花材との違い、日本産切花の魅力や特徴を紹介しながら、デモンストレーションを実施。来場者の方とのコミュニケーションも積極的に取っていただき、効果的なPRができた。



2) 展示花き・使用花きの品目品種リスト

今回、オーストラリア向け切花輸出の植物検疫要件の改正に伴い、植物防疫課によるオーストラリアの検疫当局への働き掛けにより、特別の輸入検疫措置を受けて、出展用の日本産切花を輸出することができた。

【 展示花材リスト 】

展示No	品種	産地	色
1	リシアンサス_八重系	静岡県	オレンジ
2	ラナンキュラス_ラックス系	長野県	白
3	リシアンサス_八重系	静岡県	白
4	ラナンキュラス_ローヌ系	長野県	淡黄
5	リシアンサス_八重系	静岡県	クリーム
6	ラナンキュラス_ラックス系	長野県	黄
7	ラナンキュラス_ローヌ系	長野県	オレンジ
8	リシアンサス_八重系	静岡県	淡緑
9	スイートピー	愛知県	茶
10	グロリオサ	愛知県	赤
11	ラナンキュラス_ローヌ系	長野県	赤
12	ラナンキュラス_ローヌ系	長野県	黄
13	ラナンキュラス_ラックス系	長野県	赤茶
14	グロリオサ	愛知県	黄
15	ラナンキュラス_シャルロット系	長野県	オレンジ
16	スイートピー	愛知県	黄緑
17	グロリオサ	愛知県	オレンジ
18	ラナンキュラス_ローヌ系	長野県	淡オレンジ
19	ラナンキュラス_ローヌ系	長野県	濃ピンク
20	リシアンサス_八重系	静岡県	淡ピンク
21	ラナンキュラス_ローヌ系	長野県	オフホワイト
22	リシアンサス_八重系	静岡県	紫
23	ラナンキュラス_ローヌ系	長野県	淡ピンク
24	ラナンキュラス_シャルロット系	長野県	複色ピンク
25	スイートピー	愛知県	淡ピンク
26	リシアンサス_八重系	静岡県	複色紫
27	リシアンサス_八重系	静岡県	淡紫
28	ラナンキュラス_ローヌ系	長野県	ピンク
29	リシアンサス_八重系	静岡県	ピンク
30	スカビオサ	長崎県	赤紫
31	スイートピー	愛知県	白
32	スカビオサ	長崎県	青紫
33	リシアンサス_八重系	静岡県	紫
34	ラナンキュラス_ローヌ系	長野県	白
35	ラナンキュラス_ローヌ系	長野県	淡ピンク
36	リシアンサス_八重系	静岡県	白
37	リシアンサス_八重系	静岡県	白
38	ラナンキュラス_ローヌ系	長野県	淡ピンク
39	ラナンキュラス_ローヌ系	長野県	複色ピンク
40	スカビオサ	長崎県	複色青紫
41	スイートピー	愛知県	淡紫
42	ラナンキュラス_ラックス系	長野県	淡ピンク
43	スイートピー	愛知県	複色紫
44	スカビオサ	長崎県	淡ピンク

3) オーストラリアの植物検疫要件の改正に伴う新たな検疫措置への対応

オーストラリアの植物検疫要件の改正（2018年3月1日より施行）に伴い、新たな検疫措置（病害虫防除の証明）への対応方法を確立するべく、植物防疫課の指導、支援のもと、以下の2点に取り組むことになった。

① 輸出のためのNPPOが認めたシステムズアプローチ確立

植物防疫課の指導のもと、協議会事務局、本事業の参加会員を中心に、オーストラリア向け切花輸出事業者、有力品目の産地とも連携し、実効性のあるシステムズアプローチの検討案を協議した。

【 検討例 】

1. 栽培施設の登録（病害虫の侵入・発生のない栽培設備）→ 登録通知書の交付
2. 栽培地検査（病害虫検査・適切な防除暦の実施確認）
3. 選花時検査（選花施設、選花後の切花、梱包容器の確認）
→ 栽培地検査合格証明書の交付
4. 輸出検査 → 植物検疫証明証の交付 → 輸出

② 輸出前臭化メチル燻蒸の検疫措置によるオーストラリア向け切花輸出の実証

2018年3月1日より新しい検疫制度が導入されたオーストラリアに対し、継続した日本産切花の輸出を行うために、現在、農林水産省 消費・安全局 植物防疫課が中心となり、切花の品質や実施コスト、安全性、実施設備の不足等の課題から、「システムズアプローチ」による対応方法の確立を最優先に取り組んでおり、対応案を検討している。

ただ、すべての品目が「システムズアプローチ」によってカバーできるかが不透明であり、また、今後同様の制度が他国でも導入されることも想定されるため、もう1つの対応措置である「臭化メチル燻蒸」による輸出の実証を行った。

【 スケジュール 】

輸出前臭化メチル燻蒸の実施に当たっては、これまで日本からの切花輸出において、臭化メチル燻蒸を処理した事例が皆無であったことから、事前に農林水産省 消費・安全局 植物防疫課の指導を受けて、本試験の検疫担当窓口となる名古屋植物防疫所の輸出検疫担当、同中部空港支所、また、臭化メチル燻蒸施設の所有者である中部国際空港株式会社や運営委託先の中部資材株式会社の協力を得て、燻蒸を行った。

なお、中部国際空港は、日本産花きの輸出促進に非常に協力的であり、通常は輸入貨物のみで使用している燻蒸施設の利用への道筋づくりも含め、多大なる協力をいただいた。また、植物防疫課、名古屋植物防疫所及び中部空港支所の検疫所の連携により、迅速な検疫・燻蒸実施体制を取ることができた。

・ 3月5日 (月)

- 8:00 切花リパック完了
- 9:30 豊明花き市場にて名古屋植物防疫所による出張検疫で目視検査を実施
(これにより、臭化メチル燻蒸実施場所での目視検査は免除)
- 10:30 豊明花き市場を出庫
- 12:00 中部国際空港 燻蒸倉庫に搬入
- 12:30 臭化メチル燻蒸開始
- 13:30 臭化メチル燻蒸終了、30分間換気後箱を積み出し、航空会社上屋へ搬入。

・ 3月6日 (火)

- 午前中 検疫合格証発給 (実際の運用時には燻蒸終了後1時間程度で発給可能)
- 16:05 CX539にて中部国際空港
- 19:45 香港着、保冷上屋に一旦搬入

・ 3月7日 (水)

- 00:05 CX105に搭載 12:20 メルボルン空港到着

・ 3月8日 (木)

- メルボルンの業者により検疫後引き取り (全量合格)

【 燻蒸花材の輸出後の経過 - I 】 リシアンサス



全般的にはほぼ劣化・傷みなく着荷し、その後1週間も問題なく花持ちした。今回、臭化メチル燻蒸を実施した品目の中でもっとも耐性が強い品目であるといえる。ただし、今回の品種は巨大輪で枝茎のしっかりした最高品質の花材を

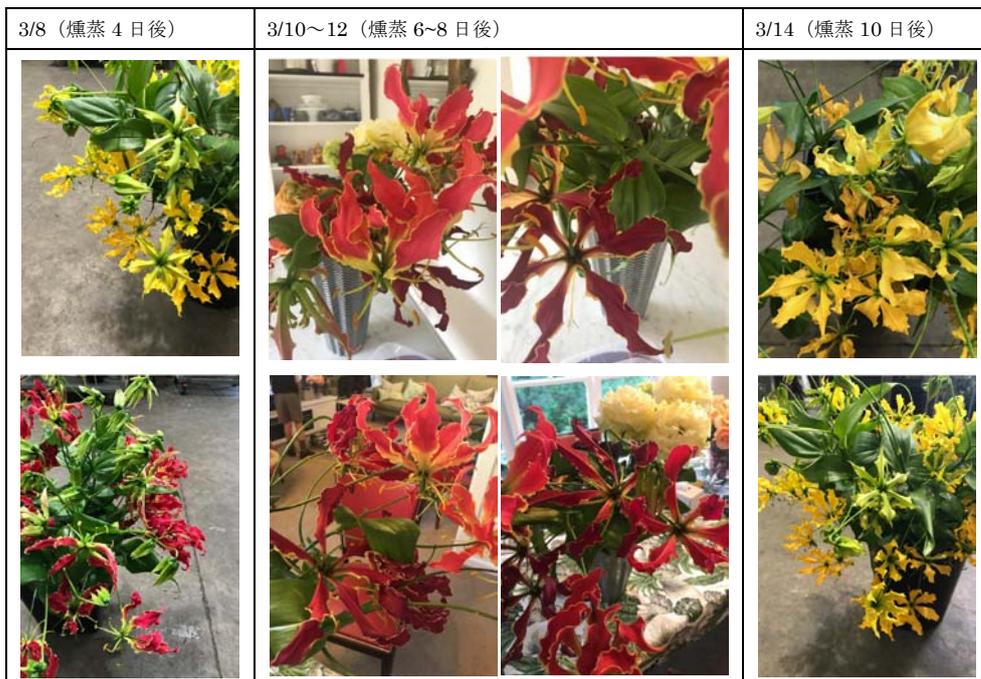
供したため、耐性が強かった可能性も高い。

【 燻蒸花材の輸出後の経過 -II】 アネモネ



品種によって一部劣化が進んだものがあったものの、全般的には大きな問題は見られず、到着後1週間の花持ちを達成したものがほとんどであった。

【 燻蒸花材の輸出後の経過 -Ⅲ】 グロリオサ



赤品種は一部古い花が黒く変色したが、それ以外は蕾の開花も含め大きな問題は見られず、黄色品種については花弁も厚めであったこともあり、ほぼ問題なく、1週間花持ちした。若干、固めの切前での出荷（特に赤品種）などの工夫は必要と思われる。

【 燻蒸花材の輸出後の経過 -Ⅳ】 ラナンキュラス



品種によって一部正常な咲き方をしないものがあったものの、全体としては、到着後1週間、大きな劣化なく鑑賞が可能であった。改善点としては、切前をやや硬めにする必要が指摘された。

【 燻蒸花材の輸出後の経過 -V】 スカビオサ

3/8 (燻蒸 4 日後)	3/10~12 (燻蒸 6~8 日後)	3/14 (燻蒸 10 日後)
		
		

一部の品種で水揚げが悪く劣化したものがあったが、全般的には大きな品質劣化・花落ち等見られず、1週間の鑑賞にも耐えられた。

【 燻蒸花材の輸出後の経過 -VI】 スイートピー



到着後、3～5日で花が一部終わり、シミの発生が見られた。時期的に終盤戦の商品でもあり、臭化メチルによる影響のみとは言えないが、燻蒸に向いていない可能性が高いと思われる。

【考察】

臭化メチル燻蒸後、輸出した花材の現地での経過について、一部の品目・品種で数日後に劣化が見られたものの、一部の花材を除いて、燻蒸後1週間日持ちしたものがほとんどであった。

ただし、臭化メチル燻蒸は、燻蒸施設の絶対数が少なく、原則、輸入貨物優先に使用されていることから、少量多頻度の日本産切花の輸出への対応にはハード面で制約が大きい。

輸入切花が多くなる時期（お盆・年末・彼岸時期・母の日など）は、輸入切花が優先で燻蒸施設が空かず、空港で貨物が足止めになるリスクが大きくなると考えられる。また、検疫～燻蒸～輸出までのオペレーションが非常に煩雑になり、対応可能な検疫所や空港も限られることが想定される。これらの状況を踏まえ、まずは「システムズアプローチ」での対応を最優先すべきと考える。

臭化メチル燻蒸は、あくまでシステムズアプローチで対応できない品目などを補う役割として位置付けるべきであると考え。

4) - 1 PR用の配布物、掲示物

- ・配布物や掲示物の内容

協議会及び参加会員の日本の花きの紹介パンフレット／デモンストレーション用のチラシ

・数量 600部 / 300部 を配布



オーストラリア、周辺国の花き業界関係者、一般消費者約91,000人が来場する国際的な大きなイベントのため、日本産切花の認知向上、PRという点で配布部数が不足した。

次回、出展の機会がある場合には、1,000部は準備が必要。費用対効果の側面から、一般消費者を中心に広く日本産切花の認知向上につなげるためのもの、花き業界関係者向けに販路開拓、販売促進につなげるもの等、ターゲット別に配布物を準備することも検討。

4) -2 PR用の配布物、掲示物

・配布物や掲示物の内容

日本産切花を訴求するバナースタンド／デモンストレーションのPOP

※日本産切花の新ロゴマークも掲示



統一感のあるビジュアルプレゼンテーションを行うために、バナースタンドなど、販促物については、新ロゴタイプのを早急に作成し、次回の取り組みより、設置を行う。

5) -1 メディアの取材実績

・プレス企業団体名 Flower Association

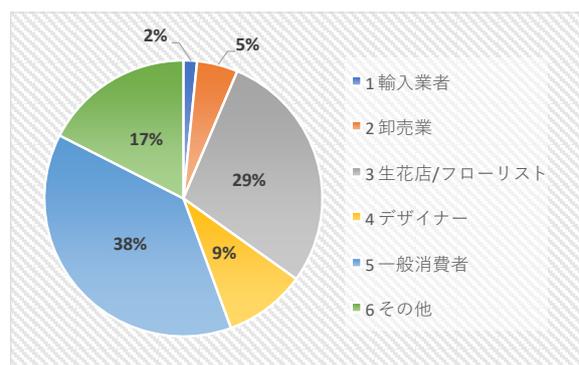
- ・取材メディア名 Australian Flower Industry Magazine



日本産切花の展示ブースに来場したオーストラリアの花き業界関係者の紹介でオーストラリアの花き業界の情報誌「Australian Flower Industry Magazine」より、取材を受けた。多様で高品質な日本産の切花の紹介記事を掲載していただく予定。
<https://flowers.flowersaustralia.org/>

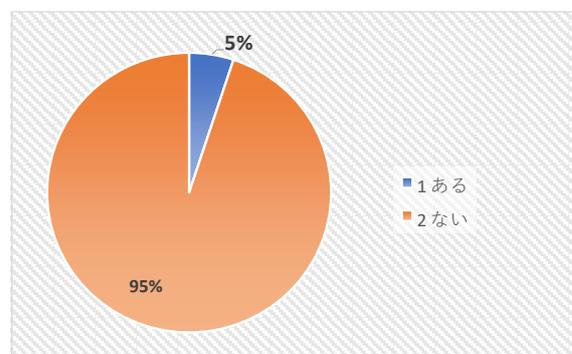
6) -1 日本産切花に関するアンケート

Q1 職業について		
1 輸入業者		1
2 卸売業		3
3 生花店/フローリスト		18
4 デザイナー		6
5 一般消費者		24
6 その他		11
合計	複数回答含む	63



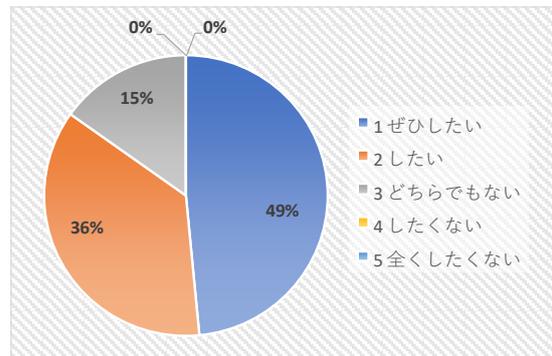
来場者の内訳は、花き業界関係者が45%、一般消費者・その他が55%。花き業界関係者のうち、ほとんどがフローリストとデザイナー。切花の実需者と消費者向けに日本産切花の認知度を高めることができた。

Q2 日本の花の購入経験について		
1 ある		3
2 ない		56
合計		59

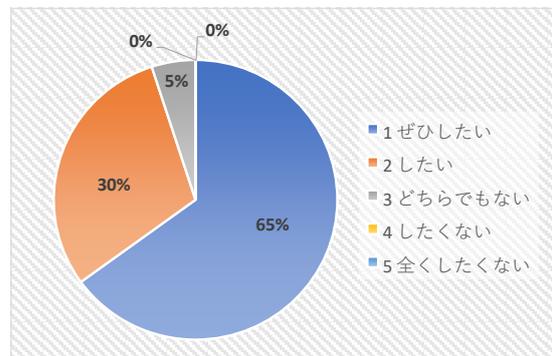


来場者の区分に関わらず、日本産の切花を購入した経験があるという回答はほとんど無く、来場者との応対から日本が多様で高品質な切花の生産国であることを知っている方はほとんどいなかった。

Q3 日本産切花の購入希望（一般消費者）	
1 ぜひしたい	16
2 したい	12
3 どちらでもない	5
4 したくない	0
5 全くしたくない	0
合計	33

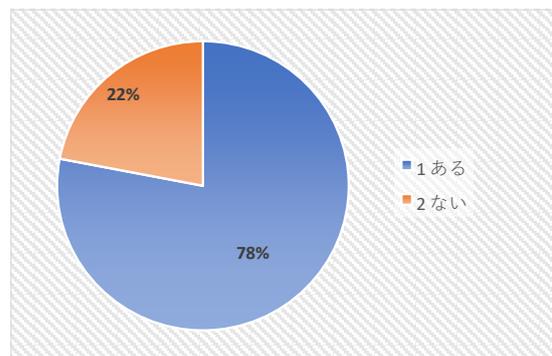


Q3 日本産切花の購入希望（花き関係者）	
1 ぜひしたい	13
2 したい	6
3 どちらでもない	1
4 したくない	0
5 全くしたくない	0
合計	20



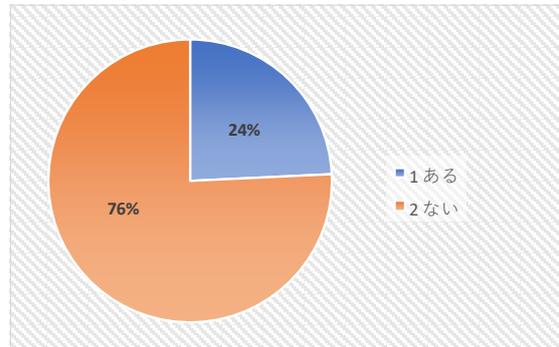
Q2 の回答通り、日本産切花に関する認知度は低いものの、日本産切花を購入希望の問いについて、「ぜひしたい」、「したい」とポジティブに回答した方は、一般消費者で85%、花き業界関係者で95%と、非常に高い評価を得ることができた。

Q4 日本産切花の購入情報の希望	
1 ある	39
2 ない	11
合計	50

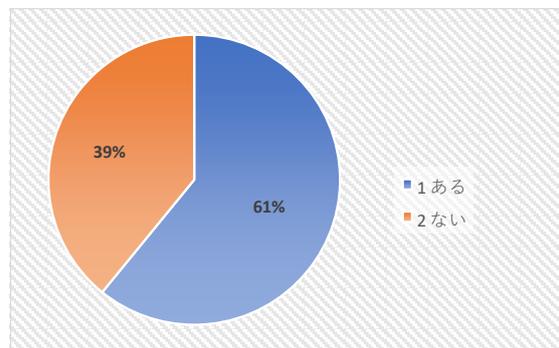


Q4 購入情報についての希望者も78%と日本産切花への興味の高さと期待感を持つ回答が得られた。

Q5 日本以外の輸入切花の購入経験（一般消費者）	
1 ある	8
2 ない	25
合計	33

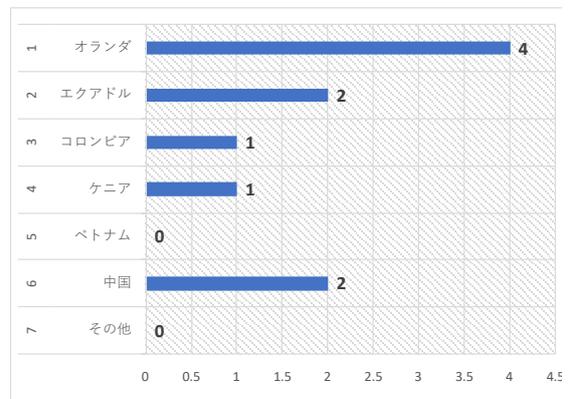


Q5 日本以外の輸入切花の購入経験（花き関係者）	
1 ある	14
2 ない	9
合計	23

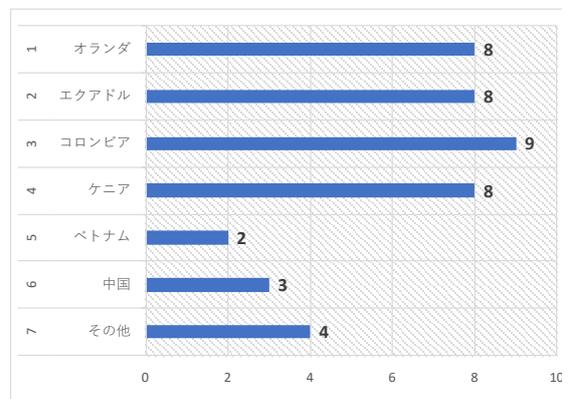


Q5 日本以外の輸入切花の購入経験は少ない。一般消費者 76%、花き関係者の 39%が「無し」と回答。

Q6 購入した輸入切花の輸入国（一般消費者）	
1 オランダ	4
2 エクアドル	2
3 コロンビア	1
4 ケニア	1
5 ベトナム	0
6 中国	2
7 その他	0
合計 複数回答含む	10

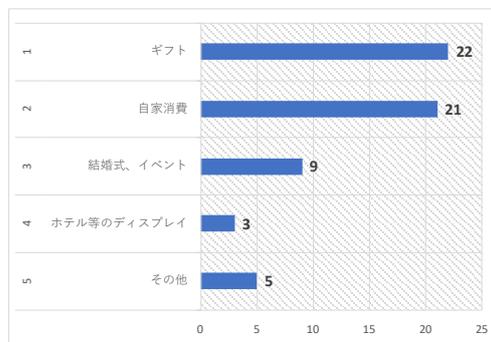


Q6 購入した輸入切花の輸入国（花き関係者）	
1 オランダ	8
2 エクアドル	8
3 コロンビア	9
4 ケニア	8
5 ベトナム	2
6 中国	3
7 その他	4
合計 複数回答含む	42

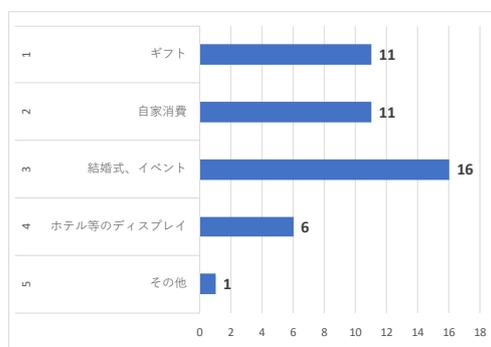


Q6 購入した輸入切花について、オランダ、エクアドル、コロンビア、ケニア、中国が多く、バラや菊等、スタンダードな花材と推察され、高付加価値の日本産との棲み分けにより、参入余地があると考えられる。

Q7 切花の購入用途（一般消費者）	
1 ギフト	22
2 自家消費	21
3 結婚式、イベント	9
4 ホテル等のディスプレイ	3
5 その他	5
合計 複数回答含む	60

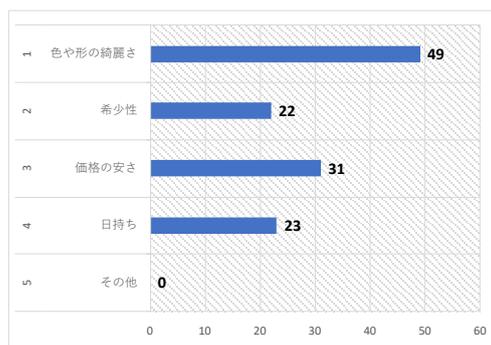


Q7 切花の購入用途（花き業界関係者）	
1 ギフト	11
2 自家消費	11
3 結婚式、イベント	16
4 ホテル等のディスプレイ	6
5 その他	1
合計 複数回答含む	45

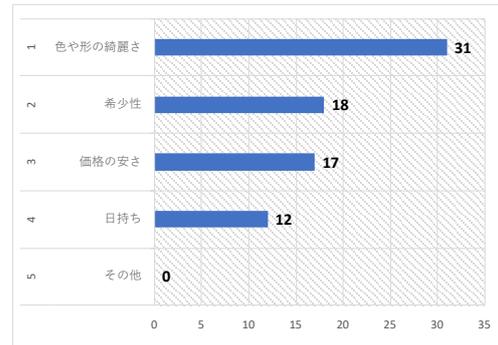


Q7 切花の購入用途について、一般消費者は、ギフト・自家消費の回答が多く、実需者であるフローリストやデザイナーは、ギフトや自家消費以上に結婚式やイベント等、業務需要の回答の方が多い。特別な日を演出する商材として、美しさが際立つ個性的な日本産切花のニーズは高いと思われる。

Q8 切花を購入する際の重視点（一般消費者）	
1 色や形の綺麗さ	49
2 希少性	22
3 価格の安さ	31
4 日持ち	23
5 その他	0
合計 複数回答含む	125



Q8 切花を購入する際の重視点（花き関係者）	
1 色や形の綺麗さ	31
2 希少性	18
3 価格の安さ	17
4 日持ち	12
5 その他	0
合計 複数回答含む	78



Q8 切花を購入する際に重視する点について、一般消費者は、色や形の綺麗さ、価格の安さ、日持ちの順に、花き業界関係者については、価格や日持ち以上に、色や形の綺麗さ、希少性を重視する回答が得られた。Q7 結婚式やイベント等、業務需要用途の回答の多さを裏付ける結果となった。

Q10 展示花材人気ランキング Best3（一般消費者）

順位	品種	色	合計
1	グロリオサ	オレンジ	9
1	ラナンキュラス_ローヌ系	淡ピンク	9
3	ラナンキュラス_ラックス系	黄	7
3	リシアンサス_八重系	紫	7
5	グロリオサ	赤	5
5	リシアンサス_八重系	複色紫	5
5	ラナンキュラス_ラックス系	淡ピンク	5



第1位 グロリオサ
(オレンジ)



同数第1位 ラナンキュラス
ローヌ系 (淡ピンク)



第2位 ラナンキュラス
ラックス系 (黄)



同数第2位 リシアンサス
八重系 (紫)



同数第3位 ラナンキュラス
ラックス系 (淡ピンク)

第3位 グロリオサ
(赤)

同数第3位 リシアンサス
八重系 (複色紫)

一般消費者に最も人気の高かった品種はグロリオサ。現地で自生しているようで、馴染み深さからか、ブース内に入ると、まず、グロリオサに目を向ける方が多かった。オレンジや黄色の品種は見たことが無いようで、珍しがっていた。また、巨体輪のラナンキュラス、八重咲のリシアンサスの注目度も高かった。

色味については、赤、紫、黄と、はっきりとしてコントラストの強い色に人気が集まっていた。

花の色や形の他に“香り”に興味を持つ方が多い印象を受けた。オーストラリアは日本と季節が逆のため、スイートピーの出回り時期が異なる。1月~3月にスイートピーを楽しむことができることについて、価値を感じている方もいた。

Q10 展示花材人気ランキング Best3 (花き業界関係者)

順位	品種	色	合計
1	ラナンキュラス_ローヌ系	淡ピンク	11
2	ラナンキュラス_ラックス系	淡ピンク	5
2	全ての品種		5
4	リシアンサス_八重系	淡緑	4
4	スイートピー	淡ピンク	4
4	スカビオサ	赤紫	4
4	ラナンキュラス_ローヌ系	白	4



第1位 ラナンキュラス
ローヌ系 (淡ピンク)



第2位 ラナンキュラス
ラックス系 (淡ピンク)



同数第2位
全品種



第3位 リシアンサス
八重系 (淡緑)



同数第3位 スイートピー
(淡ピンク)



同数第3位 スカビオサ
(赤紫)



同数第3位 ラナンキュラス
ローズ系 (白)

花き業界関係者に最も人気の高かった品種は、巨体輪系のラナンキュラス。花形の大きさからシャクヤクと見間違ふ方が多数いた。ラナンキュラスであることを説明すると、

「Amazing」「Beautiful」と一様に驚かれる様子が印象的であった。

色味としては、淡いピンクや白系の花が好まれた。結婚式やイベントなど、特別な日に使用したいとの声も聞かれた。

花のフォルムについては、存在感のある大きなものだけでなく、スカビオサやスイートピーなど、使い勝手の良さからか、草花系の花の評価も高かった。これらの花については、種苗や生産に関する問い合わせも散見された。

【 全展示花材のランキング 】

Q10 展示花材人気ランキング（一般消費者）

順位	品種	色	合計
1	グロリオサ	オレンジ	9
1	ラナンキュラス_ローヌ系	淡ピンク	9
3	ラナンキュラス_ラックス系	黄	7
3	リシアンサス_八重系	紫	7
5	グロリオサ	赤	5
5	リシアンサス_八重系	複色紫	5
5	ラナンキュラス_ラックス系	淡ピンク	5
8	ラナンキュラス_ローヌ系	赤	4
8	グロリオサ	黄	4
8	ラナンキュラス_ローヌ系	淡オレンジ	4
8	ラナンキュラス_シャルロット系	複色ピンク	4
8	全ての品種		4
13	リシアンサス_八重系	淡緑	3
13	ラナンキュラス_ラックス系	赤茶	3
13	ラナンキュラス_ローヌ系	白	3
16	ラナンキュラス_ローヌ系	橙	2
16	ラナンキュラス_ローヌ系	黄	2
16	スイートピー	黄緑	2
16	スイートピー	淡ピンク	2
16	リシアンサス_八重系	淡紫	2
16	ラナンキュラス_ローヌ系	ピンク	2
16	リシアンサス_八重系	白	2
23	リシアンサス_八重系	オレンジ	1
23	ラナンキュラス_ラックス系	白	1
23	ラナンキュラス_ローヌ系	淡黄	1
23	ラナンキュラス_シャルロット系	オレンジ	1
23	ラナンキュラス_ローヌ系	濃ピンク	1
23	リシアンサス_八重系	紫	1
23	ラナンキュラス_ローヌ系	淡ピンク	1
23	リシアンサス_八重系	ピンク	1
23	スカビオサ	青紫	1
23	スイートピー	淡紫	1
23	スカビオサ	淡ピンク	1
34	リシアンサス_八重系	白	0
34	リシアンサス_八重系	クリーム	0
34	スイートピー	茶	0
34	リシアンサス_八重系	淡ピンク	0
34	ラナンキュラス_ローヌ系	オフホワイト	0
34	スカビオサ	赤紫	0
34	スイートピー	白	0
34	ラナンキュラス_ローヌ系	淡ピンク	0
34	リシアンサス_八重系	白	0
34	ラナンキュラス_ローヌ系	複色ピンク	0
34	スカビオサ	複色青紫	0
34	スイートピー	複色紫	0

Q10 展示花材ランキング（花き業界関係者）

順位	品種	色	合計
1	ラナンキュラス_ローヌ系	淡ピンク	11
2	ラナンキュラス_ラックス系	淡ピンク	5
2	全ての品種		5
4	リシアンサス_八重系	淡緑	4
4	スイートピー	淡ピンク	4
4	スカビオサ	赤紫	4
4	ラナンキュラス_ローヌ系	白	4
8	ラナンキュラス_ラックス系	黄	3
8	ラナンキュラス_ローヌ系	オレンジ	3
8	ラナンキュラス_ローヌ系	赤	3
8	ラナンキュラス_ラックス系	赤茶	3
8	ラナンキュラス_シャルロット系	オレンジ	3
8	スイートピー	黄緑	3
8	ラナンキュラス_ローヌ系	淡オレンジ	3
8	リシアンサス_八重系	紫	3
8	リシアンサス_八重系	白	3
8	スカビオサ	淡ピンク	3
18	ラナンキュラス_ラックス系	白	2
18	ラナンキュラス_ローヌ系	淡黄	2
18	グロリオサ	赤	2
18	ラナンキュラス_ローヌ系	黄	2
18	グロリオサ	オレンジ	2
18	ラナンキュラス_ローヌ系	オフホワイト	2
18	スカビオサ	青紫	2
18	リシアンサス_八重系	白	2
18	スイートピー	淡紫	2
27	リシアンサス_八重系	オレンジ	1
27	リシアンサス_八重系	白	1
27	スイートピー	茶	1
27	グロリオサ	黄	1
27	ラナンキュラス_ローヌ系	濃ピンク	1
27	ラナンキュラス_ローヌ系	淡ピンク	1
27	ラナンキュラス_シャルロット系	複色ピンク	1
27	リシアンサス_八重系	複色紫	1
27	ラナンキュラス_ローヌ系	複色ピンク	1
36	リシアンサス_八重系	クリーム	0
36	リシアンサス_八重系	淡ピンク	0
36	リシアンサス_八重系	紫	0
36	リシアンサス_八重系	淡紫	0
36	ラナンキュラス_ローヌ系	ピンク	0
36	リシアンサス_八重系	ピンク	0
36	スイートピー	ピンク	0
36	ラナンキュラス_ローヌ系	淡ピンク	0
36	スカビオサ	複色青紫	0
36	スイートピー	複色紫	0

⑤ 問い合わせについて

・会期中の問い合わせ数 約60件（日本産切花の取り扱い、購入について）

今回の事業では、国民所得水準が高く、高級品に対する購買意欲の高いオーストラリアにおいて、高品質で多様な日本産の認知度を高め、また、その魅力を訴求することを目的に、参加会員の現地パートナーと連携のもと、PR活動（日本産切花の現物展示、デモンストレーション、アンケート）を実施し、出展ブース及び参加会員の現地パートナーにて、60件の問い合わせを受けた。

このうち、8割はオーストラリア国内の実需者であるフローリストやデザイナーから、日本産切花の取り扱いや購入に関する問い合わせ（2割は一般消費者）であり、今後、日本産切花の輸出拡大につながる商機を得ることができた。また、ラックス系のランタンキュラスの種苗や生産についての問い合わせも数件あった。

⑥PRの成果と今後の取り組み課題について

「メルボルン国際フラワー&ガーデンショー」は、年に1度、オーストラリアの花き業界関係者や一般消費者が一堂に会するイベントである。今回、オーストラリアでの本格的な日本産切花のPRは初めてであったが、来場者との応対やアンケートを通じて感じたことは、オーストラリアでは、日本産切花についての認知はほとんどなかったものの、ブース内での多様で高品質な日本産切花のPR展示を目の当たりにし、花の色合いの綺麗さ、フォルムの美しさを体感することで、その価値を認めて評価いただき、認知度を一気に高めることができたことは、大変大きな成果であった。実際、来場した花き業界関係者や一般消費者からは、展示した日本産切花の取り扱いや購入に関する問い合わせを多数（約60件）受け、今後の商機を得ることができたことも大きな成果であった。このショーを起点に、参加会員並びに現地パートナーと連携し、引き合い客へのフォローアップを行うとともに、オーストラリアの輸出に取り組む当協議会の会員企業と今回の取組事例を共有し、オールジャパン体制で日本産切花の販売促進、商談を通じて、輸出拡大につなげていく。

また、本事業では、日本産切花のPR活動に加えて、追加事項として、オーストラリアの植物検疫要件の改正（2018年3月1日より施行）に伴う輸入切花の病害虫防除の強化への対応についても取り組んだ。新たな検疫措置への対応方法のうち、輸出前臭化メチル燻蒸の検疫措置によるオーストラリアへの切花輸出を実証できたことも大きな成果であった。しかしながら、前述の考察の通り、臭化メチル燻蒸は、燻蒸施設の絶対数が限られており、かつ、輸入貨物優先に使用されていることから、少量で多頻度の日本産の切花輸出への対応にはハード面やコスト面での制約もある。また、検疫～燻蒸～輸出までのオペレーションが煩雑になるため、対応可能な検疫所や空港も限られることが想定され、実効上のリスクも懸念される。

これらの状況を踏まえて、新たな検疫措置の対応方法については、「システムズアプローチ」での対応を最優先すべきと考え、引き続き、植物防疫課の指導のもと、オーストラリア向け切花輸出事業者、有力品目産地とも連携し、実効性を担保した検討案を協議の上、早急に確立していきたい。オーストラリアの検疫要件を満たした病害虫の防除システムを確立することで、日本産切花の生産者や輸出業者に継続的な輸出できる環境を整備し、アメリカやヨーロッパに続く、輸出額上位国にできるように会員企業とともに取り組んでいきたい。

(2)-7. 植木・盆栽バイヤーの産地招聘

① 目的

全国花き輸出拡大協議会のオールジャパン体制で産地招へいを通じて盆栽植木の購入意欲の高いバイヤーに日本産植木、盆栽の魅力を伝え、購買意欲を高め、輸出量拡大につながる切り口にしてゆくこと

② 実施概要

本年度定額補助のトルコの展示会ユーラシアプランツフェア／フラワーショウイスタンブールに日本産植木盆栽総合展示PRで参加した。

期間中に日本産品に高い関心を示す商売にむすびつけられる可能性が高いとみられるバイヤーへ日本への産地訪問も呼びかけをおこなった。そのうち5社が1月に訪日し千葉県エリアを案内し、受注に結びつくことが出来、コンテナ1台、ツゲ29本の内容で3月にイスタンブールに向けて出港することが出来た

③ 実施体制

参加会員（敬略）

- ・千葉県植木生産輸出入部会 3名
- ・香川県盆栽生産振興協議会 1名
- ・埼玉県輸出盆栽研会 1名
- ・（一社）日本植木協会 1名
- ・横浜植木（株）1名
- ・（一財）日本花普及センター（幹事）1名

④ 経緯や聞か字について

植木や盆栽を展示会でPR、商談することは過去の事業で取り組んできているが、切花や鉢花とは違い、簡単に実際の商品を展示することがほとんどできない、結局はバイヤーは産地にある現物を見てオーダーを決めるという状況であった。そのため、不特定多数ではなく購入する可能性と関心が高いと思われるバイヤー、しかも新規のバイヤーを対象としてトルコの展示会で案内文を配布、展開した。内容は訪問産地先は、植木は千葉県、埼玉県、盆栽は埼玉県、香川県。条件 日本国内での経費、移動費、宿泊費、食事代の負担なし。通訳同行。

実施は1月で2-3泊程度の日程。訪問先やスケジュールの希望を出来るだけ合わせる。日本までのフライト代は含まない、というものであった。

結果5社（トルコから4社、イタリアから1社）の申し込みがあった。



○同行メンバー
トルコ語通訳
(株) 横浜植木
千葉県植木生産輸出入部会
日本花普及センター



○日程

1月11日 木 夕方成田空港着 (宿泊成田空港付近)

12日 金 朝から千葉エリア植木産地視察商談移動はレンタカー+会員事業者様の車を利用。匝瑳市3社、旭市1社、東金市2社の産地を案内した。
先方の都合により、今回は千葉、埼玉エリアのみの訪問、香川高松へ行くことが出来なかった。また、今回のバイヤーたちの関心は植木のほうだけだった。

○ 結果

トーチインターナショナル(株)が窓口になり、やりとりを続けて、2月末に受注に結びつくことが出来た。2コンテナ1台、東金市のツゲ29本を載せて3月にイスタンブールに向けて出港した。

⑤ 問題課題など

バイヤー招へいは今回当協議会の事業で初めて実施したが見直しや検討すべきことが多かった。

・展開時期をみなおす

今回訪問を1月で設定したが、9月-10月ごろにすべきでは、通常は秋口までにオーダーが決まり出荷は12月末ごろで行われることが多いため、1月に訪問しても既に商品が売り物になっている。または商品が美しい新緑の時期に見せたほうがよいという会員からの意見もある。

・募集時期や方法

今回は11月の事業の展示会に合わせてそこで案内したが、いつごろにどのような方法で展開するのか検討する必要がある。参加会員事業者へは春夏ごろに新規のバイヤーが日本に来るようであれば、そのバイヤーにこの制度を適応させていけるよう事業者より説明できるよう、今後はしていきたいところ。

- ・定員設定、参加希望者の数が読みづらい

募集をかけてみないと参加者数がわからない状況で、予算の段階である程度見込める人数で計画できればよいのであるが。

- ・競合調整

産地側から見ると、自分はこの輸出業者で進めたいということがよくある。輸出業者から見るとこの産地の商品を見せたい、売りたい、ということもある。それぞれの要望をあらかじめ聞いておきお互いに納得した上で招へいさせる必要がある。

(3) 海外マーケットの調査

インドネシアでの日本産花きマーケット調査

① 目的

インドネシアはアセアン最大の消費マーケットである。切り花の輸入量も多い。日本からの輸出もこれまでされていた。当地に需要がある事は輸出統計で把握しているが、実情が把握し切れていなかった。今回、日本からの輸送テスト、簡易な市場調査や花の嗜好調査、等を実施し、課題の抽出、今後多くの輸出業者が参画し輸出拡大に取り組めるよう図った。

② 実施内容

1回目（平成29年9月）調査

調査先 ジャカルタ、バリ島デンパサール

- ・国内の花きのマーケット規模、輸入状況等
- ・日本産花きの輸出状況、需要が見込める品目や価格等
- ・現地協力会社（花き卸し・小売）を通じた切花の輸送試験

2回目（平成30年2月）調査

調査先 ジャカルタ

- ・花材展示と来場者アンケート、デモンストレーション、ワークショップなどを通じた嗜好調査



調査対象

・現地の通関業者、検疫機関、花き輸入業者、花き流通業者、フラワーショップ、フラワーデザイナー、ホテル装飾業者、ブライダル関連、花に関心がある一般等 流通から消費者まで
実施体制（順不同）

- ・会員事業者（株）大田花き（株）大森花卉
（株）世田谷花き（株）東日本板橋花き
（株）フローラルジャパン（一財）日本花普及センター

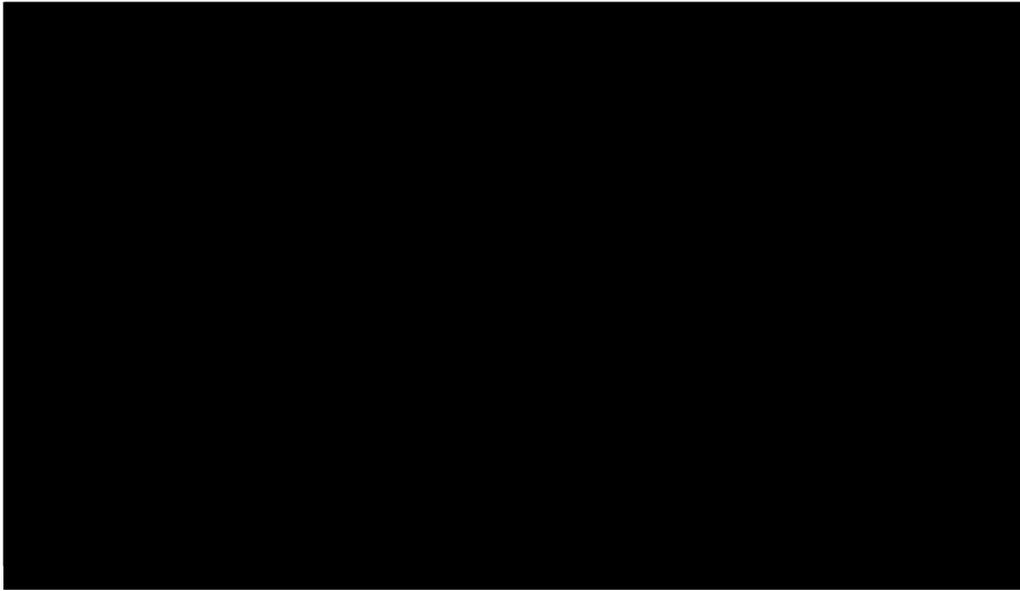
通訳現地コーディネーター

ジャカルタの概要

・インドネシアの首都。人口は950万人を超えており、2016年の近郊を含む都市圏人口は3,120万人と、東京都市圏に次いで世界第2位。世界屈指のメガシティであり、東南アジア有数の世界都市でもある。2017年経済成長率5.1%。インドネシアの日本産花き（切花類）の輸入金額（切花類＝切花切葉切枝） 2015年13,451USD、2016年92,864USD 当地の輸入統計より輸入国上位は順にエクアドル、オランダ、ベトナム、タイ、インド



輸入品が集まる地元ラワブロン花市場



<第一回目、調査内容>

① 輸送試験

知己のある現地輸入業者に調査目的を伝え協力を得て、現地訪問にあわせ切り花を輸送した。尚実施時期を9月としたのは、当初は7月していたが、ラマダンの時期に重なるために荷受け側がスムーズに出来ない状況があったため、また8月ではバカンスシーズンで旅費の経費が上がることを避けたためによる。送付先は3か所で実施した。

(I) ジャカルタ

- ・荷受先 Istana Bunga
- ・出荷元 (株) フローラルジャパン
- ・花材内容

リシアンサス、スカビオサ、グロリオサ、オキシペタラム、バラ、ドウダンツツジ、サンキライ等枝物、スマイラックス、エメラルドウェーブ等薬物、13品種、680本12ケース。本数は各種10本ずつとした。花材の選定に当たっては現地の取引先の意向、現地で人気のありそうなものを反映させた。

- ・状況や条件

デリバリースケジュール9月4日(月)に花材を集め、植物検疫や輸出手続き経てを5日(火)に羽田空港より出荷。金額は書類上のサンプル価格とした。原産地証明書はあえて取得せず、EPA対応とはしなかった。調査参加者も同じフライトでジャカルタへ到着。現地の植物検疫、通関を経て荷受け社に渡され納品場所へ移動、到着となった。

(II) ジャカルタ

- ・荷受先 PT MID DUTA INTERNATIONAL, ホテルAYANA RESORT AND SPA, JL. KARANG MAS 内にある花屋
- ・出荷元 (株) 世田谷花き / (株) 東日本板橋花き

・花材内容、数量と状況や条件

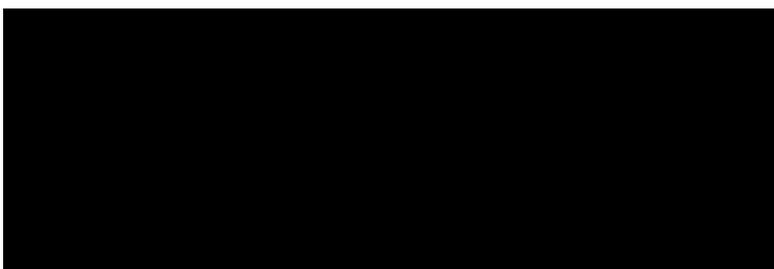
デリバリースケジュール 9月4日月曜日に花材を集め、植物検疫や輸出手続きを経て7日(木)に成田空港より出荷。金額は書類上のサンプル価格とした。

原産地証明書はあえて取得せず、EPA対応とはしなかった。同日バリデンパサル空港へ到着。現地の植物検疫、通関を経て荷受け社に渡され納品場所へ移動、到着となった。通関の話ではジャカルタ経由ではあったかも知れないが、バリ島に日本から直接切り花を送付したのはこれが初めてとのこと。

結果と課題

(1) 輸送関係費

日本からインドネシアへの輸送費とその輸出諸経費は、インドネシアだからといったことで特段価格が他国と比べて高く設定されているわけではない(安くはないが)。しかし現地の輸入諸経費が高額であることがわかった。輸送コストは日本出荷地から現地空港到着の約倍の価格となっている。



この原因として

(ア) EPA (Economic Partnership Agreement/経済連携協定) の制度を適応させて出荷していないため。実際、原産地証明書を取得する手間を考えると取得せずに出荷しても影響がない、荷受け側がEPAの手続きを出来ないのではコストに影響はないという見解もあったが、後述するが当地へ輸出する際は必ずEPA適応させて対応すべきと考える。

(イ) 現地検疫の独特のシステムがあること。通常到着した商品はすぐに検査されない。検査の順番待ちの名目で数日とどまることになる。暑い屋外で置かれる。生ものの輸入業者は早く荷物を引き取れるように検疫所に、正規の税金、輸入諸掛のほか補償金(あるいは担保金)を支払うというシステムになっているようである。また保証金は輸入者誰でも払えるのではなく、指定された業者だけ行えるようである。そのため輸入業者が指定業者でない場合、保証金支払える業者に依頼するという事となる。保証金をいくら払っているのか不明。多く払えば早くなるのかもしれない。預けた保証金が戻るのは3ヶ月後位。早く商品を渡すので保証金は全額戻らない、ということもあるそうである。後述するが、実態がどうなっているか把握できなかった。本件について輸入業者はあまり話をしたがらない。また輸入品の引き取りは、ほとんど輸入者自社が空港まで赴き対応するが、日本で言う乙仲専門引き取り専門の業者もあるとのこと。実施した(1) Istana Bunga社は自社で保証金を支払い、(2) Allesscia社は保証金支払える業者に依頼、バリ島アヤナホテルの(3) PT MID DUTA INTERNATIONAL社は保証金を払わず通関が即日切れた。バリには保証金システムが無いようだ。コストの詳細については後述。

(2) 着荷の状態

実施した3ヶ所とも大きな問題は見受けられず、品質についての指摘も ISTANA BUNGA に送ったダリア以外にはなかった。日本以外からはほぼ通年輸入もあるので切花輸入のオペレーション自体のチャンネルと対応は出来ている。

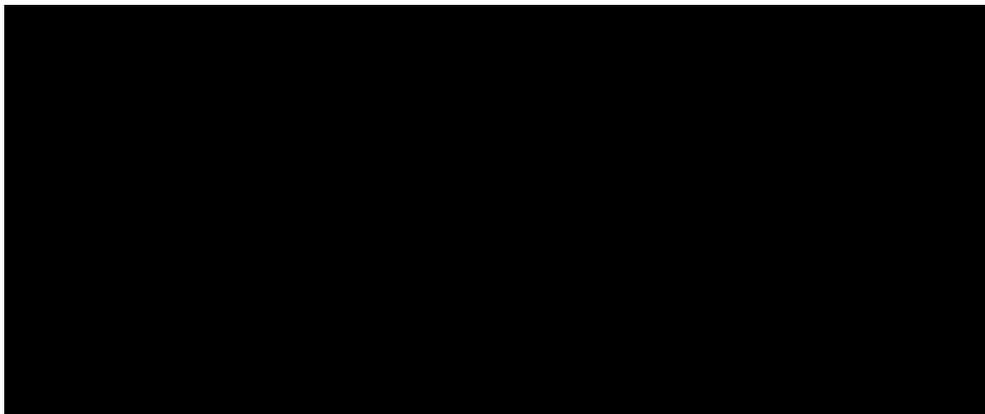


② ジェトロジャカルタ事務所訪問

9月7日(木)、インドネシアの最新の経済状況全般と消費市場動向や日本企業の進出の状況を当地の習慣について亀田周様、Risna W. Rizal氏より説明を頂き、輸出の際のアドバイスや意見交換頂いた。花についていえば、結婚式と葬式の時が多く使われ、家庭や個人ユースで日常的に使われることが少ないこと、ネット販売が盛んでFlower Adviserという会社がフラワーアレンジを販売している。花を買う場所としてショッピングモール内の花屋の利用もある、結婚式では総費用の10%は花につかっているのではないかと、ウエディングはウエディングオーガナイザーという職業の人が決めていく、母の日は5月ではなく12月に行われ花も使われる、など興味深い話が聞けた。

③ 輸入業者訪問聞き取り調査

切り花輸入業者を9社訪問



業者個別の報告の前に、近年輸入されている日本産花きの利用状況を説明したい。日本産花きが輸入され使用されているのは、高価でも素敵な花、見たことのない花を使いたいという場面で用いられている。フラワーアレンジメント、ブライダルやパーティなどである。誰がどのように仕掛けているのかというと、デコレーターとブライダルフローリストという存在にあたる。フローリストはある程度わかるがデコレーターという職種は日本ではほとんど聞かれない。舞台製作や空間プロデューサー、あるいは部屋のデザインをする仕事といえば想像できるかもしれない。広告的な様々なセットやシーンを作る人で、作品の中で日本産切り花を取り入れてソーシャルメディアで配信し注目を浴びて、新しい物、変わったものが好きでとにかくほしい、日本産花きを使って人とは違うイベントを演出したい、という業種の方から受注されているという状況がある。定期オーダーではない。金額は張るが単発的なオーダーである。デコレーターはブライダル業者と連携している場合もある、個人的なビジネス。一方ブライダルフローリストたちは、ウェディングイグジビションという催しが、結婚式を挙げようとする一般向けにジャカルタだけで年に50回程度開催されており、そこに参加して営業する。今回ウェディングイグジビションを視察する機会はなかったので詳細はよくわからないが、ストリート状に会場がレイアウトされそこで衣装から引き出物まで必要な業者各社が出ているとのこと。3×3m一枠で出展料20万円。とは話を聞く限りでは、日本の式場が展開するブライダルショウの大型版のようなものかもしれない。日本産花きの販促ならばそこで、フローリストたちとタイアップして展示販促するとよい、とアドバイスもあった。ブライダルはインドネシアの富裕層だけでなく、バリで挙式したいというインドや中国からの富裕層向けにお金をかけて派手に演出展開されている。使われる花数もそれなりである。ほんの数人のデコレーターや主にブライダルを手掛けるフローリストたちが日本産花き輸入をけん引しており、バイヤーであるといえる。それらは何人位いるのか、1,000人はいるのではという話も聞いたが、実際インドネシアにどのくらいの人材がいるのか把握は出来なかった。職業名も自称である。

★個別の訪問内容につきましては、[全国花き輸出拡大協議会事務局](#)までお問い合わせ下さい

・ 調査地以外の輸入状況、マーケットの可能性

インドネシアのジャカルタ、バリ島以外の都市での情報は入手できなかった。聞き取りだけであるが、首都がジャカルタで海外から輸入される花は、ジャカルタ以外の地方都市への輸送はほとんどジャカルタ空港経由で行われているようで、オペレーションはジャカルタの輸入業者が行っている。納品先、販売先として送られている状況はあるが、地方都市に本社があり、そこがダイレクトに輸入しているような業者の会社名は聞かれなかった。近年の統計でも日本から地方都市に輸出された実績も見られなかった。

○ 再び価格について

各所で聞かれた日本産花きは高い、という状況について詳しく説明したい。まず視察したジャカルタ市内のラワブロン花市場では、すべての店の価格を調べたわけではないが、国内産の菊が10-20円/本、ばら10-30円/本、デンファレ80-100円/本、オリエンタルユリ70-100円/本で売られている

た。

日本産の価格を決定する要因は、

- ① 花の仕入れ価格
- ② 出荷にかかる梱包資材、作業賃、関連費
- ③ 輸入許可証、原産地証明書などの輸出準備費用
- ④ 空港までの国内輸送費
- ⑤ 到着地までの航空運賃、保険料込み
- ⑥ 植物検疫関連費 保管料
- ⑦ 通関関連費
- ⑧ 輸出業者のマージン

以上が日本側C I F条件 到着地まで保険込のコスト。次に荷受け側にかかる価格として、

- ⑨ 現地検疫関係費
- ⑩ 現地通関関係費
- ⑪ 輸入税 (E P A)
- ⑫ 消費税
- ⑬ 所得税
- ⑭ 保証金 (担保金)
- ⑮ 代行料金、通関・植検代行
- ⑯ 空港までの引き取り関連費
- ⑰ 販売者のマージンとなる。

個別を見ていくと、価格が高くしている輸出側の要因として以下があることがわかる。

①花の仕入れ価格：そもそも花の価格が高い。仕入れ価格も例えばリシアンサス仕入れる場合、予約相対価格 300 円/本と使うのか、セリで 150 円以下の物を仕入れるかによっておのずと異なる。リシアンサスの現地花市場で、需要状況によるが中国産 1 本 40-50 円で売られている。形状が違う、日本産は色が違う、長く日持ちする、生産に手間がかかっている、流通量が少ない品種なので、などと説明するが、おなじユーストマではないかとみられてしまう。

⑤航空運賃：ヒヤリングの中でオランダからインドネシアまでの運賃と比べて、日本からインドネシアの航空運賃は高いのでは、と聞かされた。オランダからは 100 k g で 400 ユーロ、コロンビアからは 100 k g で 400 ドル。出荷地や航空会社間による価格の違いもあるようで、正確なこと詳しいことは調べられていないが、オランダからの場合、生鮮品、雑貨扱いなど運ぶ商品によって金額が異なって設定されているようであった。

⑧輸出業者のマージン：事業者ごとに異なっているが通常 30%程度の設定が多いようだ。設定はF O B 価格に上乘せするか、C & F 価格に乗せるかは事業者による。また輸出業者が一社ではなく、別に輸出アドバイザー料のようなものを更に上乘せしている場合もある様である。②を⑧に含めているケースもある。

一方輸入側の要因としては

⑪輸入税：これがインボイス金額に 20%上乘せされ請求される。しかし近年導入された EPA

(Economic Partnership Agreement/経済連携協定) の制度を適応させて日本側から出荷すればこの分は免除されることに。免除額は輸出国で違う。花の輸送に限らず、従来はインボイス上にこれ

を避けるため安いダミーの金額で輸出させていることが各所で多かったようであるが、正確な輸入金額が把握されていなかった。現在インドネシアへの多く花を輸出している国は以前からこの輸入税の制度はなかった。

⑭保証金（担保金）：到着した荷物を早く出せるようするため支払うシステムと説明したが、もう少し正確に伝えると、書類上に不備が見つかるとう修正するのでそれまで荷物はリリースされなくなるが、「貴社が輸入する荷物については、仮に書類上に不備が見つかってもしリリース後に修正することを認めてあげます。そのかわりあらかじめ保証金というものを預けてください。書類確認の前に荷物は渡します」という独特のシステムがあるそうだ。聞いた話では、保証金を支払っていないと、書類上に不備が見つかった、修正に際してこの手数料がかかる、修正しても他の荷物もたくさんあるので荷物はいつ渡せるのかわからない。不備がなくても荷物が早く出てこない。荷物を早く出したいなら更に料金がかかることになるといわれるそうである。あらかじめ支払った保証金からより、保証金を積まず不備を指摘され荷物を早く出してもらうために払う金額の方が高く、荷物を早く出してもらうためにその担当者に払ったお金がどこに行くかは不明。

○輸送コスト軽減にむけて何をするか

日本産花きの価格を今より下げるには、花の仕入れ価格の高さはあるが、まずは輸送費運賃他の輸入国からと比べてある程度理解を得られるような価格にすること、一回の輸送量を増やすことが必要である。ヒヤリングより、せめてオーダーベースで一回 500 k g 程度、パレット 1-2 個分を E P A 適応で輸入させないと一本当たりの航空運賃が下がらない、という状況が見えてきた。現状は一回 50-150 k g で送られていることがほとんどである。具体的には、グロリオサなら 1 ケース 80 本入り 20 k g × 25 箱 = 500 k g 2,000 本。この量を一社で発注するのは、大型ブライダルでもない限り現状では難しい。ただし 50 k g で送るより 500 k g のほうが、輸送費は一本あたり約 60% 削減できる試算となった。

○混載出荷の検討

現在インドネシアに取引先がある日本の輸出業者が集まり、年に数回、ある時期に荷物を 500 k g 以上になるようオーダーを輸送させる共同便方式を導入できるか検討してもよいのではないかと考えたりした。その場合、課題①日本側誰がその窓口、取り纏めになるのか。マージンは、②インドネシアの買い手の同意がえられるのか？ほかの会社とは共同したがるらないようで、他が日本産花きを扱うなら珍しくなくなる。それなら自分は今もう使わないと考えるデコレーターもいるかもしれない。③現地のブローカーのマージンも発生してくる。ジャカルタの切り花輸入ブローカー ANGSANA PRIMA 社にこの話をしてみたところ、手数料として 20% のマージン、（おそらく FOB 価格の）はとりたいとのことであった。日本側、現地側で手数料を加えても 50 k g で送るよりも割安だが、送付量を更に多くすることもまた考えなくてはならない。大量に送れば安くなるのは花だけの話ではない。

<第2回目、調査内容>

- ・調査先 ジャカルタ
- ・実施 平成30年2月

・場所 ホテルAYANAミッドプラザ

9月の第一回調査で輸入業者を主な対象とした情報収集が大よそ出来たことを受けて、デコレーター、フローリストや花きに関心が高い一般者を対象とした花材展示とデモンストレーション、ワークショップなどに訪れた来場者にアンケートを実施し、簡易嗜好調査を実施した。

2月実施としたのは品種が出てくる日本のシーズンに合わせたこともよる。9月に訪問した輸入会社にイベントの告知をし、その帳合先のデコレーターやフローリストにも声をかけてもらうようにした。会場は市内のホテルAYANAミッドプラザの催事室。開催について既存の輸入業者、また内容や主催を特定のフローリストとはタイアップしてしまうと競合会社が来なくなるので、オープンに参加来場してもらえるよう主催は当協議会とした。これは9月の調査で分かったことだが、輸入業者間のライバル意識や自分たちのことは自分たちでする思考が強い状況があることを考慮したためである。主体を JAPAN FLOWERS AND PLANTS EXPORT ASSOCIATION と出すことで中立的に実施できた。

ホテル併設の花屋の協力を得て、付き合いのある切り花輸入会社が日本からの荷受けとなった。

・実施体制 順不問

・会員事業者 (株) 大田花き (株) 大森花卉 (一財) 日本花普及センター

現地コーディネーター通訳1名

・デモンストレーター (株) フラワーコミュニケーション

・実施日 2月22日(木)、23日(金)

・来場者は2日間で約70名

・内容

①花材展示

展示内容 グロリオサ、リシアンサス、ダリアなど27品種、63品目



②デモンストレーション

日本産花きの特徴説明

四季がある、国土が南北縦に長い地形で同じ品種でも収穫期が長いこと、多様な品種、手の込んだ生産、育種力を作品を作りながら説明した。



③ワークショップ

日本産花きの使い方、楽しみ方を説明

リーフレットも配布 60部

参加人数と内容 会場定員は25人

- ・2月22日 25名
輸入業社関連18、フロリスト4、一般3
- ・2月23日 33名
花屋フロリスト27、一般6

④調査の手法 アンケート

以下の内容でアンケートを実施した。質問はインドネシア語。

質問

1. どこで花を買いますか？
2. どれくらいの頻度で購入しますか？
3. 購入の目的
4. いくら使いますか？
5. どんな機会で購入しますか？
6. 年齢、性別
7. 今回展示している好きな花はどれですか？

結果 回答数43 (2日分)

Q1. どこで花を買いますか？

・フラワーショップ18 ・スーパーマーケット0 ・ネット経由8 ・花いちばその他27

Q2. どれくらいの頻度で購入しますか？

・週1-2回 26 ・一か月に数回 11 ・年に数回 5

Q3. 購入の目的

・贈答 13 ・自宅用 5 ・会社業務用 17

Q4. いくら使いますか？ 単位ルピー

・100万 6 ・150万 5
・200万 6 ・300万 1
・400万 1 ・500万 10
・800万 1 ・900万 1

Q5. どんな機会で購入しますか？

・バレンタイン 19 ・花の日 11 ・クリスマス 13 ・誕生日 15
・家庭利用 6 ・ギフト 10 ・その他 17

Q6. 年齢、性別

・10代 1 ・20代 8 ・30代 18 ・40代 3 ・50代 8 ・60代 3

Q7. 今回展示している好きな花はどれですか？

1位コスモス、長崎ショコラ 2位 雪柳 3位アリウム、スネークボール

3位アリウムコワニー 5位 スイートピー、アンティーク 5位ラナンキュラス きらめき



初めて見た。素晴らしい。手に入れたいなど概ね好印象であった。興味を引いた花などを、スマートフォンで撮影後に知り合いへ情報配信、情報交換、共有など自国のソーシャルメディアサービスを通じて情報を拡散している様子が多くみられた。

どこで手に入るのか？価格は？と真剣に聞かれその後商談することになった。

○ 総括 調査を通じてわかったこと

マーケットもポテンシャルもある。当面のターゲットやバイヤーとして、デコレーターと主にブライダルを手掛けるフローリスト、プロデューサーたちと予算に関係なく日本の花を使いたいという一般個人華人の裕福層。日本との取引会社の数はまだまだ少ないので、新規バイヤー開拓と関係構築①デコレーターと主にブライダルを手掛けるフローリストたちの開拓、日本産花きを使いたい、日本産花きのファンを増やすことと、②予算に関係なく日本の花を自分のシーンで使いたいという一般個人、特に華人の裕福層へむけてのPRや購買意欲を刺激する取り組みアプローチも必要であると思われる。輸入業者へのアプローチは続けるもあるが、①や②からオーダーを受けてからしか輸入しづらい。上記の状況のなかでも当地に売り込みを意欲を持ち続けていく会員事業者が増えることを期待したい。

インドネシアに限らないが、輸出先での日本産花きは、使用者のニーズNeedsではなくウォンツWantである。日常生活で必ず必要、なければ困る物、ではなく、あったらいいな、出来れば欲しい、とても素敵だけど手が届くかな、無くてはやっていけし、という位置づけの商品ではないかと常に感じてる。大量消費されるニーズではないので量が少なく高くなっている。例えば挙式を検討しているお客に「装飾は全て白いバラを用いてはいかがですか？」というところ「せっかくだので式は見たことのないデコレーションをお勧めします。こんな風ではいかがですか？全て大きいオレンジ色のダリアを用いています。これは日本の花になりますか」と提案され、使われていることだけである。



(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 課題の内容

植木・盆栽に輸出当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）等で、植木類輸出コンソーシアムが形成され、3カ年計画で地域戦略プロジェクト（実証研究）が取り組まれている。このため、これらの研究成果情報の取りまとめ、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 内容（取組内容、対象となる産地、施設等（住所、生産者、事業者等））

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、植木類輸出コンソーシアムの関係者や植木盆栽等生産者で構成する技術交換会（参加委員9名）を平成30年3月8日（火）に開催し、具体的な普及PR資料を取りまとめた。

・構成メンバー

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

・開催概要

日時： 平成30年3月8日（木）9：00～

場所： 中央区人形町区民館 5階2号洋室（東京都中央区日本橋人形町2丁目14番5号）

内容：

a 日本花普及センターからは全国花き輸出拡大協議会の日本産花きのPR活動の取組状況及び日本産花きの輸出動向を紹介するとともに、平成29年10月に実施したスペイン及びイタリアの植物検疫機関等関係者からの聞き取り調査に基づき、EUにおける植物検疫状況や植木・盆栽等の需要動向等について報告

b 千葉県、福岡県及び埼玉県からは、隔離栽培における線虫の再汚染防止対策技術や線虫用農薬による薬害防止・抑制技術等の実証研究について、平成29年度までの取組状況の紹介

c 農研機構及びネマテンケンからは、遺伝子診断による高感度な線虫検査方法や新しい線虫用農薬の選抜等について、平成29年度までの取組状況の紹介

d その後、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した結果、当面、以下のような方針が確認された。

・平成29年度までの取組成果を取りまとめて、一般社団法人日本植木協会が平成30年度に開催する研修会等へ情報提供する。

・平成30年度では、植木類輸出コンソーシアムの3カ年計画の最終年であり、実証研究成果に基づき、画像データ等多く取り入れた生産者にもわかりやすい植木・盆栽・苗木等の線虫対策技術マニュアルを作成する。

隔離棚栽培による線虫の再汚染の抑制



- ①根洗い後に薬剤処理をした供試樹種を隔離棚の高さ別（0、50cm）に設置
- ②薬剤処理は1年に2回繰り返す（右図）
処理の前後で培養土を採取し線虫頭数を調査

担当研究項目 1 - (1) 線虫の遺伝子診断技術の開発
1 - (3) 線虫検出感度の評価

➡ 顕微鏡観察なしで（＝形態的特徴に基づく線虫の識別スキルなしで）オオハリセンチュウ及びネグサレセンチュウを検出可能な診断技術を開発し、その検出感度を明らかにする（・・・ EU検疫より高感度であることを示す）



③ 取組目標・成果

参加委員からは、平成29年度までの実証研究成果等を報告いただくとともに、今後、これらの成果を一般社団法人日本植木協会が平成30年度に開催する研修会等で情報提供することとしている。また、平成30年度は、実証研究の最終年度であり、植木類輸出コンソーシアムとしては、生産者向けに画像を多用する等わかりやすいマニュアルを作成することが確認された。

(4) - 2. アメリカ向け鉢物隔離生産技術体系確立連絡会

① 課題の内容

日本産鉢物については、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。

日本産鉢物ものについても、隔離生産技術を実証研究することによって、米国との植物防疫との協議により、日本産鉢物の米国への輸出可能性がある。

このため、花き研究所や鉢も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）や鉢もの生産団体、学識経験者等で構成する検討会を開催する。

② 内容（取組内容、対象となる生産地、施設等（住所、生産者、事業者等））

当初、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）及び鉢物生産団体、学識経験者等で構成する検討会を開催して、平成30年度から新たに研究研究コンソーシアムを組織して実証研究に取り組む計画であったが、輸出促進に係る平成30年度試験研究の新規予算枠について、農林水産省技術会議事務局に打診した結果、平成30年度に新規採択できる見通しがたたないことから、各都道府県の試験研究機関等と協議した結果、平成29年度では、アメリカ向け鉢物隔離生産技術体系確立連絡会を開催しないこととした。

③ 取組目標・成果

平成29年度では、アメリカ向け鉢物隔離生産技術体系確立連絡会を開催しないこととしたが、今後、平成28年度までの検討成果を活用して各都道府県段階で実施可能な試験研究に取り組むと

もに、中長期的には、新たな予算確保の可能性があれば、具体的な試験研究課題として検討することとした。

(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 課題の内容

観光庁の推進する訪日旅行促進事業のプロモーション活動により訪日外客数は年々増加し、2017年(1月～12月)は、2,869万1,073人(前年伸率19.3%増)となり、2012年以降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28日～30日まで大宮世界盆栽大会が開催され、世界中より盆栽の愛好家が多数訪日し、45,513人が来場した。2020年には、東京オリンピック・パラリンピックの開催で日本への注目度が高まることを見据えて、4,000万人の訪日外客数を目標に、国を挙げて訪日プロモーションに取り組んでいる。

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の取り組み同様、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。

本検討調査会では、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販売、物流環境の整備、円滑な受検手続きにつなげるための検討調査に取り組んだ。

② 取組内容

平成29年度は日本の盆栽を手土産として持ち帰る際に実際の検疫体制の確認を行うためロシア(ウラジオストック)、タイ(バンコク)で現地持ち込みの実証調査を行った。

我が国の検疫制度に準じて、検疫証明書を発給されたものについては、手土産盆栽として問題なく持ち込みの実証ができた。

※対象国については、参加会員のこれまでの盆栽のPR・販売促進活動等を通じて、潜在的なマーケットがあると想定される国・都市を選定した。

○検討会

・第1回 2017年9月8日(金)

内容 平成29年度の実施計画とスケジュールの確認

参加者 ジャパンホートビジネス(株)、大宮盆栽協同組合、事務局

・第2回 2017年11月29日(水)

内容 大宮盆栽協同組合の実施計画の確認

参加者 大宮盆栽協同組合、事務局

・第3回 2018年3月29日(木)

内容 ジャパンホートビジネス(株)の実施結果、成果の確認

参加者 ジャパンホートビジネス(株)、事務局

○手土産盆栽の現地持込調査

① ロシア(ウラジオストック) 2017年12月14日～16日

1. 検疫受検準備

日時 12月13日(水)

内容 土壌なし、鉢植え状態の盆栽(五葉松・ヒノキ)を調達



2. 輸出検査申請

・日時 11月30日(木) ※輸出検査申請書提出

※現時点では、空港の検疫カウンターによる当日の受検環境も整備されている。

3. 国内の植物防疫所での輸出検疫

・日時 12月11日(月)

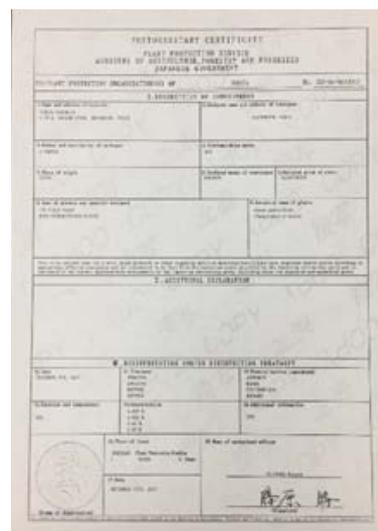
・場所 成田空港内の植物検疫所

・内容 検疫官が有害動物、土壌付着等の検査を行う(検査時間は10分程度)

※空港の検疫カウンターによる当日の受検環境も整備されている。

4. 検疫証明書の発行

- ・日時 12月11日(月)
- ・場所 成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)



5. 受託手荷物の預け入れ

- 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。



6. 相手国の植物防疫所での輸入検疫

- 日時 12月14日(水)
- 場所 ウラジオストック空港到着後、税関事務所
- 内容 税関申告レーンの税関事務所に行く。
税関職員に、植物を持って来た旨を伝え、植物検疫証明書を提出。
検疫証明書の記載内容を確認し、問題ないと判断。
盆栽の外観検査。異常がないことが確認され、検査合格となる。
ゲートを通過、退出。

7. 現地調査結果

ロシア・ウラジオストックにおいても、輸入国での煩雑な手続きもなく、スムーズに持ち出すことができた。国内での検疫証明書を栽培地検査を施していれば、容易に手土産として輸出できる。



② タイ（バンコク）での現地持込調査

1. 検疫受検準備

日時 2月9日（金）

内容 土壌を除去した盆栽（黒松・真柏）
を調達

2. 輸出検査申請

日時 2月9日（金） ※輸出検査申請書提出

※現時点では、空港の検疫カウンターによる当日の受検環境も整備されている。

3. 国内の植物防疫所での輸出検疫

日時 2月15日（木）

場所 成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）

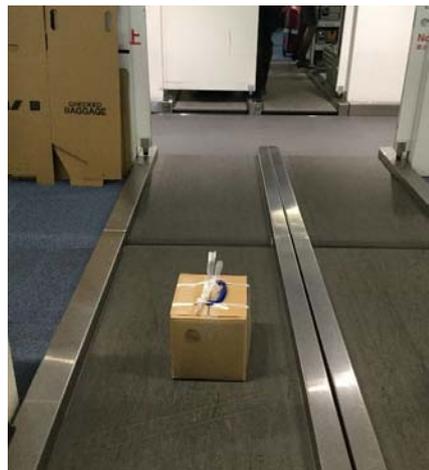
※ 空港の検疫カウンターによる当日の受検環境も整備されている。

4. 検疫証明書の発行

日時 2月16日(金)
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)

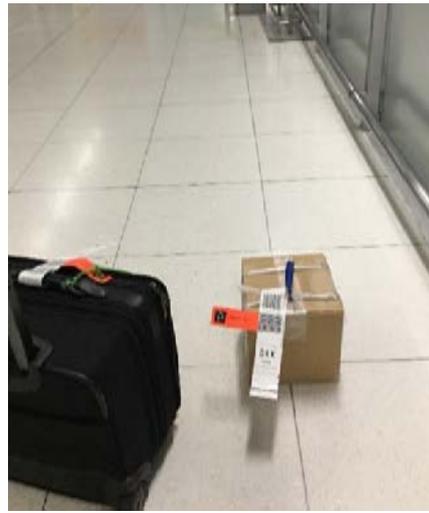
5. 受託手荷物の預け入れ

日時 2月19日(月) ※ 深夜
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。



6. 相手国の植物防疫所での輸入検疫

日時 2月20日(火)
場所 バンコク空港到着後、税関事務所
内容 税関申告レーンの税関事務所に行く。
税関職員に、植物を持って来た旨を伝え、植物検疫証明書を提出。
そしてカートンの中身を目視。日本の植物であることを確認。
その後空港内の植物検疫所に連れて行かれる。
検疫検査官が出てきて、日本の植物検疫証明書を確認。そして証明書を受領した。ゲートを通過、
退出。



7. 現地調査結果

タイ・バンコクにおいても、輸入国での煩雑な手続きもなくスムーズに持ち出すことができた。日本の輸出検疫を全面的に信頼し、日本国政府の検疫証明書を持参していれば、問題ないという印象を受けた。

③ 取組成果

ロシア（ウラジオストック）、タイ（バンコク）ともに、前述の現地持込み実証レポートの通り、以下の3つのプロセスで手土産盆栽の現地の持ち込み調査を行い、トラブルなく輸入許可を得ることができた。

①受検申請→空港での輸出検疫→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→④入国、手土産としての盆栽の持ち込み

また、手土産盆栽の現地実証については、当協議会会員による調査に加えて、海外訪日のツアー客を対象に、盆栽産地でのワークショップや買付等の体験型のオプションツアーを企画し、手土産盆栽の受検代行の現地検証を調整していたが、オプションツアーの企画、集客、販促、受検の代行手続き等の協力を得られる旅行会社等のパートナーが見つからず、実現には至らなかった。引き続き、盆栽産地や輸出事業者、旅行会社、物流会社へ情報提供を行いながら、取り組みを希望する会員企業への活動を支援していく。

なお、当協議会の会員企業であり、手土産盆栽の検討調査会の参加会員でもあるジャパンホートビジネス（株）では、別事業として、成田空港第2ターミナルに手土産盆栽のポップアップストアを開設し、帰国前の訪日観光客向け（対象国：EU、トルコ、台湾、タイ、シンガポール、韓国）に手土産盆栽の販売を行った。帰国当日、搭乗前、60分前後の時間があれば、当日の手続き※として、盆栽を手土産として持ち帰られることが実証された。

※ 帰国当日の手続き

盆栽の購入→当日の検疫申請→空港内検疫カウンターで受検手続き→輸出検疫証明書を発給→盆栽の梱包→梱包済の盆栽と検疫証明書の引渡し→受託手荷物として預け入れ→出国→輸入検疫→入国、手土産としての盆栽の持込み

5. 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

今回の検討会は、今後、海外向けに花きの輸出を検討している生産者や都道府県の花き関係者、事業者を対象に、当協議会の会員企業・団体が取り組む輸出促進の活動事例を紹介し、日本産花きの輸出動向や販売促進活動、検疫等の輸出課題について共有するとともに、参加者のとの意見交換を通じて、更なる輸出促進・課題解決の取組みにつなげ、平成31年の花きの輸出額目標150億円の達成を目指すべく、大阪鶴見花き地方卸売市場で開催した。

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

ア 開催場所

○日時 2017年6月15日(木)

○会場 中央区浜町区民館 4号会議室

イ 参加者(順不同)

牛久保 茂 氏	(株) なにわ花いちば 営業部課長
加藤 了嗣 氏	(株) 大田花き 社長室 執行役社長室長
佐無田 仁 氏	(株) フラワーオークションジャパン 常務取締役
堀江 素子 氏	(株) フラワーオークションジャパン ビジネス開発室次長
佐々木 北斗 氏	豊明花き(株) 販売本部販売部国際取引課係長
田畑 好信 氏	大宮盆栽協同組合
平田 敏道 氏	(株) J F 鶴見花き
石橋 誠 氏	千葉県植木生産組合連合会輸出入部会長
米田 裕史 氏	特定非営利活動法人日本ELFシステム協会 理事
(事務局)	事務局長、企画調査部長、企画調査部調査役

ウ 取組内容

(1) ホームページの運営について

イベント情報の充実化を目指す。各事業の幹事会員がHPへアクセスし直接掲載していくことに決まった。

(2) ホームページの内容について

植木・盆栽の掲載内容の充実、また、高額商品以外の実際に輸出されているリーズナブルな商品も掲載。7月～8月に植木・盆栽部会で掲載内容を検討し、秋に商品及び産地の撮影等を行い、11月中までにホームページの掲載やチラシ制作に活用してゆくことに。

(3) 新パンフレットの作成について

農林水産省作成の「美しい日本の花」パンフレットが無くなること、掲載の画像、品種の情報が古くなっていることから、HP内容の充実と連動して新しいパンフレットを作成する。

また、新ロゴマークを使用することになった。

第二回

ア 開催場所

○日時 2017年7月28日(金)

○会場 中央区堀留町区民館 3号室会議室

イ 参加者(順不同)

牛久保 茂 氏

(株) なにわ花いちば 営業部課長

加藤 了嗣 氏

(株) 大田花き 社長室 執行役社長室長

堀江 素子 氏

(株) フラワーオークションジャパン ビジネス開発室次長

佐々木 北斗 氏

豊明花き(株) 販売本部販売部国際取引課係長

平田 敏道 氏

(株) J F 鶴見花き 営業部課長

(事務局) 事務局長、企画調査部長、企画調査部調査役

ウ 取組内容

(1) ロゴマークの作成運営について

全体の印象、使用ルール、製作管理、認証制、今後のスケジュールについて、話し合った。

(2) ホームページの運営について

イベント実施事業者が実施後にHPの管理者画面アクセスし内容について掲載し、HPの内容充実化。盆栽、植木の掲載品をリーズナブルな価格での商品掲載にむけて、画像収集については8月より推奨する生産物の画像を集めることに。

(3) パンフレットについて

内容は事務局で引き続き検討。言語は日本語、英語、中国語で作成する方向となった。

第三回

ア 開催場所

○日時 2017年12月20日(水)

○会場 久松町区民会館1号洋室

イ 参加者（順不同）

牛久保 茂 氏	(株) なにわ花いちば 営業部課長
堀江 素子 氏	(株) フラワーオークションジャパン ビジネス開発室次長
佐々木 北斗 氏	豊明花き (株) 販売本部販売部国際取引課係長
本田 繁 氏	(株) オークネット・アグリビジネス 企画営業部担当マネージャー
平田 敏道 氏	(株) J F 鶴見花き 営業部課長
平山 祐嗣 氏	一般社団法人日本種苗協会 主任 (事務局) 事務局長、企画調査部長、企画調査部調査役

ウ 取組内容

- (1) 切花、切枝葉の輸出に伴う植物検疫要件の改正、新たな規則の施行について説明を行った。
- (2) (1) に伴う協議会の今後の対応について説明を行った。
- (3) 質疑応答を行った。

③ 産地等での意見交換・集約に係る検討会の開催

ア 開催場所

- 日時 2018年2月16日（金）
- 会場 大阪鶴見花き地方卸売市場（大阪鶴見フラワーセンター内 会議室）

イ 対象者・参加人数

花きの生産者、都道府県の花き関係担当者、花きの輸出事業者・団体 計50社・団体
※主な生産者、JA（秋田県、新潟県、石川県、奈良県、岡山県、高知県、香川県、徳島県、福岡県、宮崎県、鹿児島県、長崎県、沖縄県等）
※主な流通業者（東京、兵庫、大阪の切花の卸売市場等）

ウ 取組内容

- 開会挨拶 全国花き輸出拡大協議会 事務局
- 全国花き輸出拡大協議会の品目別輸出促進対策事業の取組み 事務局
- 全国花き輸出拡大協議会の会員企業・団体が取組む輸出促進事例
 - ・輸出事業者（卸売市場）の切花輸出戦略と販売促進の活動事例について
（報告者）株式会社なにわ花いちば 営業部 課長 牛久保 茂 氏
 - ・徳島県の農林水産物の輸出戦略と切花の輸出促進の取組目標について
（報告者）とくしま農林水産物等輸出促進ネットワーク 書記 則包 篤志 氏
- 質疑応答・意見交換



エ 取組成果

今回の検討会は、今後、海外向けに花きの輸出を検討している生産者や都道府県の花き関係者、事業者を対象に、当協議会の会員企業・団体が取り組む輸出促進の活動事例を紹介し、日本産花きの輸出動向や販売促進活動、検疫等の輸出課題について共有するとともに、参加者のとの意見交換を通じて、更なる輸出促進・課題解決の取組みにつなげ、平成31年の花きの輸出額目標150億円の達成を目指すべく、大阪鶴見花き地方卸売市場で開催した。

開催にあたっては、会員企業である(株)なにわ花いちばの協力のもと、大阪鶴見花き地方卸売市場の場内で開催される産地商談会「なにわ花まつり」に合わせて企画し、13県、50社・団体もの多くの切花産地、生産者が参加した。

開催内容は、①事務局より、平成27年度より花きの品目団体として取り組む輸出促進体制、輸出対策事業の活動概要、切花の検疫課題への対応について、②輸出事業者の会員からは、切花の輸出促進への先進的な取り組み事例と輸出実績について、③徳島県の輸出促進課の担当者からは、行政、花き生産者(産地)、輸出事業者が三位一体となった県産花き(シンビジューム)の輸出促進に向けた取り組みについて、説明を行った。

報告者と参加した生産者との意見交換では、今後、更なる花きの輸出促進に向けて、積極的な質疑応答、意見交換がなされた。具体的には、①産地と輸出事業者が連携し、現地のオーダーに応じた数量、統一規格による供給体制を整備すること、②輸出検疫の強化(病虫害の防除)に対応した生産及び出荷体制の確立が必要であるとの共通認識を持つことができた。

また、③切花の輸出検疫強化への対応については、現在、植物防疫課と対応案の検討を進めているが、引き続き、花きの品目団体として、生産者、輸出事業者と連携を図りながら、実効性と実現性のある対応案を検討、確立していく確認がなされた。

④ 報告会の開催

ア 開催場所

○日時 2017年10月11日(水)

○会場 幕張メッセ フラワー&プランツ EXPO IFEX 会場内 1ホール 多目的室

イ 参加者・参加人数

花きの生産者、都道府県の花き関係担当者、輸出に取り組む事業者・団体 計39社・団体

※主な生産者（千葉県、福岡県の植木類の生産者、埼玉県のランの生産者、長野県、長崎県等）

※主な流通業者（東京、大阪、兵庫の切花の卸売市場、仲卸会社、切花の輸出入事業者、横浜の植木・盆栽の輸出事業者等）

ウ 取組内容

○開会挨拶 全国花き輸出拡大協議会 会長

○全国花き輸出拡大協議会の輸出対策事業の取り組みについて 事務局

○オールジャパンで取り組む輸出促進の活動事例の報告

・海外マーケット調査の報告（平成28年度 ベトナム 切花・植木）

ベトナムにおける日本産花きの市場調査～日本産花きの輸出促進の可能性について～

報告者（参加会員） 株式会社オークネット・アグリビジネス

本田 繁 氏

・オランダ花き市場における日本産切花の日持ち試験結果報告（平成27～28年度）

輸出切花、オランダ基準で生産、出荷へ

報告者 全国花き輸出拡大協議会 事務局

○植木・盆栽の植物検疫制度と栽培地検査の申請手続き、検査方法等についての解説

講師 一般社団法人京葉地区植物検疫協会 専務理事 兼 事務局長 武藤 眞二 氏



エ 取組成果

今年度の活動報告会は、日本全国の花き業界関係者が集う「フラワー&プランツEXPO I FEX」の期間中に開催し、39の花きの生産者、都道府県の花き関係担当者、輸出に取り組む事業者・団体が参加した。

事務局からは、国が定める農林水産物の輸出力強化戦略の方針に則して、花きの品目団体である当協議会が取り組む海外での日本産花きのPR活動やマーケット調査の概要について、講演を行い、

農林水産物の輸出力強化戦略の理解を深めるとともに、オールジャパンでの輸出促進体制の強化を図った。

具体的な輸出促進の取組みについては、平成27年～28年度の輸出に取り組む対策事業の中から「ベトナムにおける日本産花きの市場調査」、「オランダ花き市場における日本産切花の日持ち試験」の活動結果、成果について、会員企業である輸出事業者、事務局より、生産者や輸出事業者等、花き業界関係者に報告を行った。

また、平成31年花きの輸出額目標150億円の必達に向けて、輸出額への貢献度の高い植木・盆栽の生産者向けに、一般社団法人全国植物検疫協会の支援のもと、植木・盆栽の植物検疫制度や栽培地検査の申請手続き、検査方法についての解説を行い、輸出への取組み支援を行った。

(6) 品目別の共通ロゴマークの管理

日本産花き共通ロゴマーク管理

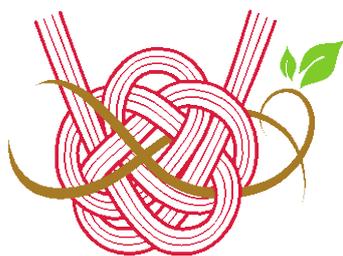
○取組み内容

- ・平成29年7月に制作にあたり会員へアンケートを実施
- ・7月28日第二回国産花き輸出検討会で事務局の考えをつたえ意見交換をした。
内容は使用のルール、応募内容、オリエンテーションシート、認証制について、スケジュールなど。採用はコンペ方式、ロゴマークについてはあらたにロゴマーク管理委員会を設立し対応していくことにした
- ・ロゴマーク管理委員会メンバー
(株)大田花き社長室 執行役社長室長 加藤了嗣
(株)なにわ花いちば 営業部課長 牛久保 茂
(株)豊明花き 販売部国際取引課係長 佐々木北斗
(株)J F鶴見花き営業企画部課長 平田敏道
(一社)日本植木協会 (有)栗原緑地 部長 栗原隆治
千葉県植木生産連合会輸出入部会 会長 石橋誠
大宮盆栽協同組合 主任 田畑好信
横浜植木(株) 園芸部貿易班係長 大野 聡
- ・8月募集開始9月締切
- ・9月22日 ロゴマーク管理委員会でデザイン会社からのプレゼン後審査デザイン性、機能性、海外での視点、見積り金額ほか採点基準。
株式会社イデノデザインファーム、埼玉県川口市、の下記デザインを採用し決定した。
- ・10月 商標登録手続き開始 11月申請受理特許庁
- ・11月 イスタンブールの展示会より、配布物に記載して運用を始めた

○今後の予定

- ・ロゴに合わせてのキャッチコピーの検討決定
- ・新ロゴマークに合わせてのPR用品のデザイン変更、バナースタンド、イベント配布物、ホームページなどが対象
- ・関連事案は今後ロゴマーク管理委員会で決めていくことに

☆新ロゴマーク



以上