

(6) 集客イベント

日本パビリオンの話題性の創出や、直接的な視覚による訴求を目的として、フラワーアレンジメントのイベントを実施した。イベントには各回とも多くの人々が来場し、皆興味津々な様子で観ており、日本パビリオンの話題創出に一躍かっていた。

場所	日本パビリオン内特設ステージ
日時	I PM3 日目・4 日目 13:00-14:00
デモンストレーター	Design Team Japan (デザイン・チーム・ジャパン) ※Design Team Japan とは、日本のトップレベルのフラワーデザイナーとして知られている、久保敦政氏が率いる若手のデザイナー集団。 1日60分のフラワーアレンジメントショーを開催。各回3名のデザイナーが切花と鉢物を使ったアレンジメントショーを行った。



◆出展者デモンストレーション

I PM1 日目と2 日目に出品者有志によるデモンストレーションを実施した(有限会社あかぎによる盆栽剪定ショーとCHIBAフラワーボックスによるフラワーアレンジメントショー)。各デモンストレーションとも多くの来場者が集まったが、特に盆栽剪定ショーは普段見られない催しとして人気を呼んでいた。ヨーロッパでの盆栽人気を窺うことができた。



盆栽剪定ショーの様子

フラワーアレンジメントの様子 21

(7) 来場者誘致やプロモーション

◆ダイレクトメール (DM) の配布

会期 45 日前より日本パビリオンの概略と出展者の会社名、出展品目のサマリーを記載した案内書 (参考資料 4) を DM として、ドイツ及び周辺国の有力バイヤーに配布した。また、会期中は来場者に配布し、日本パビリオンへの誘致目的として使用した。



DM配布先

* Flora Holland (フローラ・ホランド) : 500部

世界一の花の取引量を誇るアールスメアやナールドワイクを含む6つの生花中央市場を取りまとめている団体。DMは買参人のプレビュールームにおいてもらった。

* ドイツ及び周辺国の有力バイヤーに対し12月10日より随時郵送: 約800部

◆会場での配布物

【japan クリアファイル】

来場者への配布用グッズとしてクリアファイル

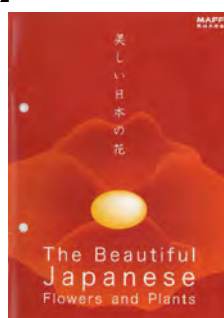
500枚を用意。出展者の用意したパンフレットなどをに入れて配布した。



【パンフレット・リーフレット類】

【農林水産省作成のパンフレット】

1500部を配布。



【プレス対策】

会期前にプレス関係者（社）に日本パビリオンの案内を送った結果、数社が当日取材に訪れた。Flora Culture 誌からのインタビューでは、今後日本産花きに関する出稿について話し合いが持たれた。

雑誌社 ・ Flora Culture 誌

・ mm media 社（チェコ、スロバキア） 雑誌名：FLORISTA

・ ポーランドの雑誌社

テレビ局 rbb 社 番組名：Gartenzeit

ZDF 社

その他 TASPO TODAY（IPM会期誌）



3. 会期中の様子

会期中は 11 時から 16 時頃にかけてヨーロッパのバイヤーを中心に多くの人々が訪れ賑わいを見せていた。各テーブルでの商談は昨年比バイヤーの滞留時間も長く、出展者の商談に向かう勢いが感じられた。





他国パビリオンの様子

他国パビリオンを覗いたところ、イタリアやオランダパビリオンの規模は特に大きく、一つのHALL自体がパビリオンとなっていた。時間帯にもよるが、どのパビリオンも特別混雑している様子は窺われなかった。それぞれの国によって出展商材に特色があることが見受けられた（イタリアはほとんどが植木類、オランダは切り花や鉢物、等）。



イタリア



スペイン



ポーランド



オランダ

◆IPM novelties show 2010

新品種・珍品種の品評会コンテスト。日本パビリオンからは、向山蘭園、八江農芸、長崎県が参加したが、残念ながら今年度の入賞はなかった。

