



平成 21 年度農林水産物等海外販路創出・拡大委託事業
(海外展示・商談活動 (ドイツ (IPM Essen 2010)))

実施報告書

平成 22 年 3 月

委託先：株式会社近鉄エクスプレス販売
(農林水産省委託事業)

目次

はじめに	3
第1章 IPM2010 の概要	
1. 事業趣旨	4
2. 事前の抽出課題と事業の目標	4
3. 開催概要	
(1) 展示会プロフィール (2010年実績)	5
(2) 日本パビリオン概要	5
(3) 会期スケジュール	5
(4) 日本パビリオン出展者リスト	7
(5) 展示会場概要	8
第2章 IPM2010 における日本パビリオンの運営	
1. 事業全体の流れ	12
2. 運営内容の詳細	
(1) 出展者募集	12
(2) 出展品について	13
(3) 出展品の物流	14
(4) 日本パビリオンの設営	17
(5) 通訳・プロモーターの配置	20
(6) 集客イベント	21
(7) 来場者誘致やプロモーション	22
3. 会期中の様子 (写真による紹介)	23
第3章 成果と課題	
1. 出展者の評価 (会期1週間後の出展者総合アンケート)	25
2. 成果	32
3. 課題	32
4. 総評	33
※ 参考資料	34

はじめに

本報告書は、平成 21 年度農林水産物等海外販路創出・拡大事業により日本パビリオンの設置、運営を行った、ドイツのエッセン市における国際園芸見本市「IPM Essen 2010」への出展事業実施概要を取りまとめたものである。

農林水産省では、農林水産物等の輸出額を平成 25 年までに一兆円規模にするという政府目標の実現に向け、様々な輸出促進対策事業を実施している。農林水産物海外販路創出・拡大事業（海外展示・商談活動）は、我が国の農林水産物や食品の海外への販路を新たに創出、またはそれを拡大することを目的とし、輸出志向のある生産者、商社及び関連団体等に対し、海外における展示・商談活動の場を提供、支援するものである。

本事業においては、歴史ある花き文化を持ち、高い競争力が求められる市場であるという点を考慮しながら、ヨーロッパ全域からの集客が可能な IPM Essen 2010 に、日本政府パビリオンを設置・出展、11 の企業・団体への商談支援を行った。

ヨーロッパにおける花き市場は、世界の花きの流通ハブであるオランダを始め、鉢物の大消費国ドイツ、古くから盆栽、植木の輸入国として知られるイタリア、また成長著しい東欧やロシアマーケットなど、裾野の広い購買力によって支えられている。

本報告書が、今後ヨーロッパ市場への花き輸出を検討する関係各位にとって参考となれば幸いである。

平成 22 年 3 月

第1章 IPM Essen 2010 概要

1. 事業趣旨

近年、日本産花き園芸文化への関心の高まりや、新しい花材に対する継続的な需要、新興国の経済発展に伴う富裕層の増加等により、高品質な我が国の花き商材の輸出拡大のチャンスが増大している。このような中、農林水産省が輸出志向のある生産者等の西ヨーロッパ及び東欧、ロシアなど近隣諸国へ輸出するための足がかりを作る為、世界最大規模の花き園芸見本市である IPM Essen に日本政府パビリオンを設置し、出展者の商談成約に向けた活動を支援することで、同市場における販路の創出・拡大を図るとともに、広く日本産花き商材の紹介を行うことを本事業の趣旨とした。

2. 事前の抽出課題と事業目標

◆拡大のための課題と方針

IPM Essen は世界でも最大規模の園芸見本市であり、世界中から数多くのバイヤーが来場することから成約率が高いことでも知られている専門見本市である。

■課題

- ・日本産花き類は数多くのオリジナル商材や高品質で注目されるが、国際標準価格より著しく高い（おおむね 1.5 倍～3 倍程度）
- ・高単価商材は 1 アイテムを大量に売ることが難しいため、現地バイヤーは 1 度の出荷に多数のアイテムを混載し、コスト削減のために必要な輸送ロットを確保することを求めている（生産者と密接に連携した組織が輸出に対するサポートを行う必要がある。）。
- ・現地から引き合いの高いアイテムは職人技で作られる商材が多いため、生産者の栽培規模は海外に比べ零細。海外見本市に出展未経験者が大多数を占め、小間割りでの単独出展は容易ではない。また、外国語のコミュニケーションの問題もあり、コーディネーターの存在が必要。

■方針

- ・IPM Essen 出展では輸出の可能性を秘めるアイテムの展示を優先させるため、小間割りを行わずに近年共同出展形式でも人気が高く商談の効率が良い「ノンパーティション」形式のブース設計とした。
- ・真に輸出の可能性のある小規模生産者の出展のサポート体制を敷き、海外の花き見本市において我が国としてナショナル・パビリオンを設置する事で、花材品質の優位性をアピールする。

3. 開催概要

(1) 展示会プロフィール (2010年実績)

開催地	エッセン (ドイツ)
名称	IPM Essen 2010 (HP : http://www.ipm-messe.de)
会場	Essen Trade Fair Ground
会期	2010年1月26日(火)～1月29日(金) (4日間) (会場時間 : 9:00～18:00)
出展規模	総展示面積 : 43,575 m ² 出展者数 : 1,511 (43ヶ国) (対前年比 104.4%)
主催	Messe Essen GmbH
出展品目	花き、園芸用品、花き美術品・工芸品、セールスプロモーション用品、等
来場者	57,168人 (対前年比▲94.5%)
参加業種	花卉業界関係者

(2) 日本パビリオン概要

出展者数	11企業・団体 (昨年度は13企業・団体)
参加規模	125 m ² (10m × 12.5m)
会場内位置	ホール 2-108

(3) 会期スケジュール

日程	主な内容
1月22日(金)～23日(土)	パビリオン施工
1月24日(日)	植木と一部鉢物搬入
1月25日(月)	切花、枝物、鉢物搬入。切戻しと水上げ。 出展者オリエンテーション、通訳との顔合わせ、出展物装飾 パビリオン装飾完了
1月26日(火)	IPM Essen 2010 初日 (13:00～13:30 盆栽剪定ショー) (13:30～14:00 フラワーアレンジメントショー)
1月27日(水)	IPM Essen 2010 二日目

	(12 : 30~13 : 00 盆栽剪定ショー) (13 : 00~13 : 30 茶道デモンストレーション)
1月28日(木)	IPM Essen 2010 三日目 (13 : 00~14 : 00 フラワーアレンジメントショー)
1月29日(金)	IPM Essen 2010 四日目 (13 : 00~14 : 00 フラワーアレンジメントショー) 展示会終了後撤収作業

(4) 日本パビリオン出展者リスト

No.	生産者名	住所	出展物
1	有限会社あかざ	289-2505 千葉県旭市鎌数 534	シンパク (盆栽)
2	アグリ マツモト有限会社	289-1222 千葉県山武市板中新田 259	サンダーソニア (切花)
3	有山緑化繁殖株式会社	339-0031 埼玉県さいたま市岩槻区飯塚 1312	タマリユウ、フィリヤブラン
4	有限会社いとう商事	289-2132 千葉県匝瑳市高 3994	五葉松 (盆栽)、 キャラ、キンメツゲ、イヌマキ (植木)
5	花き輸出振興協議会	102-8349 東京都千代田区三番町 8-1	コデマリ、スイートピー、デルフィニウム、オキシペタラム、グロリオサ (切花)
6	CHIBA フラワーボックス	266-0014 千葉市緑区大金沢町 473-2	レリシアスタイル カーネーション、アマリリス (切花)
7	豊明花き株式会社	470-1141 愛知県豊明市阿野町三本木 121 番地	ファレノプシス、デンドロビウム、デンマークカクタス、ヘデラなど (鉢物)
8	長崎県農林部農産園芸課	854-0063 諫早市貝津町 3118-5	デンファレ、スパットゴッテス (鉢物) カーネーション、アスチュルベ、チョコモス、スカビオサ (切花)
9	Feel at	470-1214 愛知県豊田市福受町中の切 8 番地	シンビジウム等 (鉢物)
10	株式会社 向山蘭園	404-0036 山梨県甲州市塩山熊野 274	シンビジウム、ミルトニア、オドントグロッサム、ファレノプシス等 (鉢物)
11	八江農芸株式会社	854-0023 長崎県諫早市厚生町 3-18	ユーストマ (切花)

(出展者敬称略)

(5) 展示会場概要

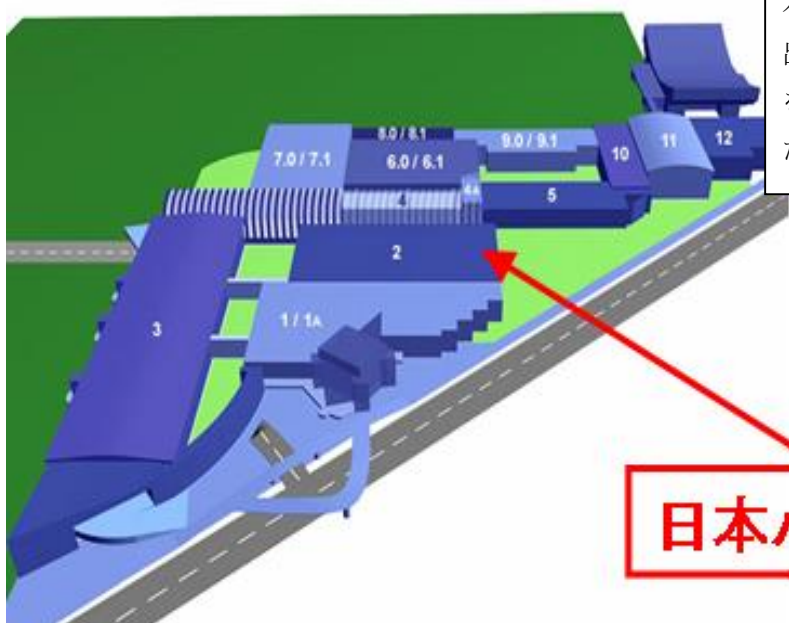
会場名 : Essen trade fair ground
住所 : MESSE ESSEN GmbH
Norbertstrasse D - 45131
Essen Germany
TEL : +49-(0)201-72440
FAX : +49-(0)201-724-4248



HP : <http://www.messe-essen.de/index.php?lang=en&content=0000000>



◆展示会場平面図

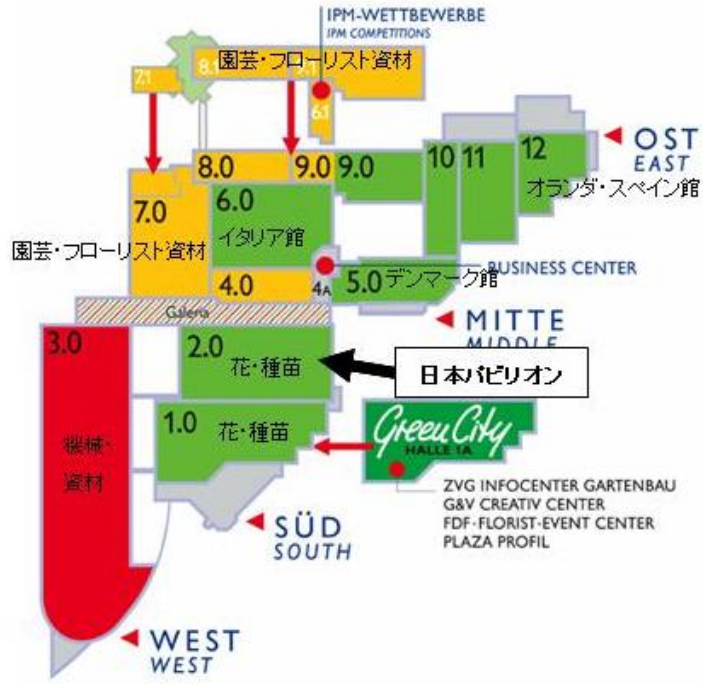


展示面積が11万平方メートルあり、18のホールが互いに直接繋がっている。特記すべきなのは、ホール3で、ヨーロッパで最も長い、柱のない外からの光が射すホールと、スター建築家マリオ・ベリーニ Mario Bellini によるギャラリーである。その他、合計2万平方メートルの屋外会場が4つあり、サンルームが3つある。

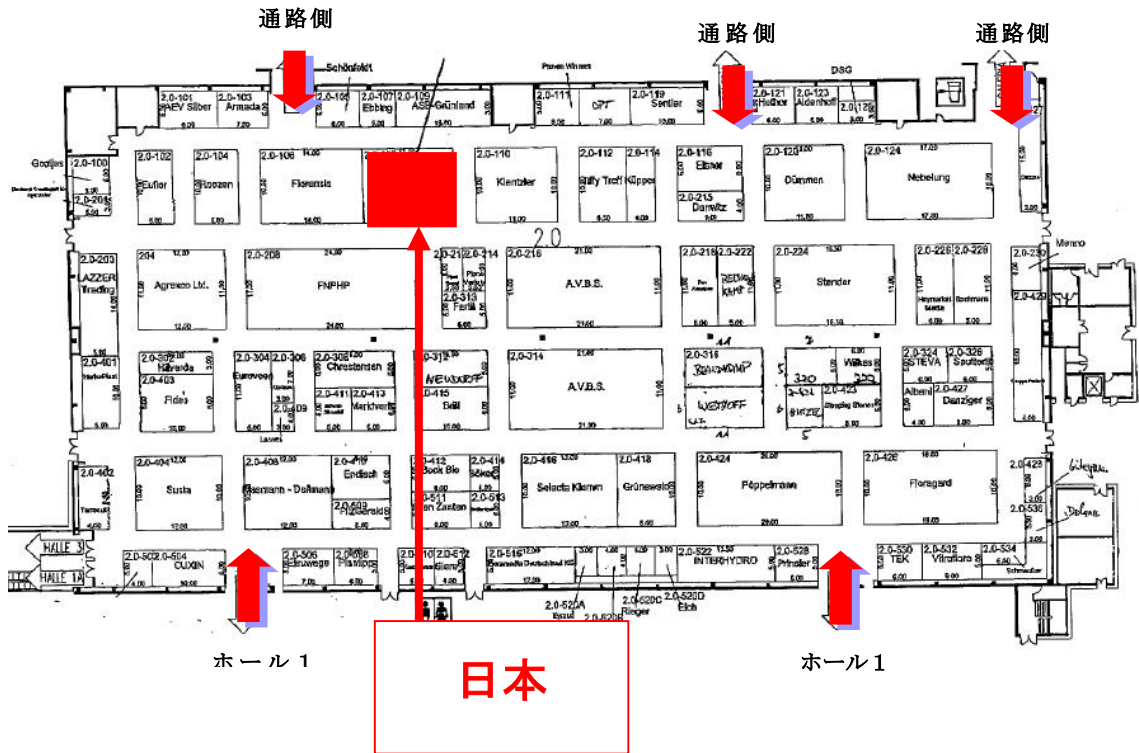
出展者のほとんどがほぼ毎年出展をしており、出展場所が決まっていることが現状である（人気のHALLは取ることができない）。日本パビリオンは人気の高いHALL 2で過去2回出展をしている経緯があり、場所的なメリットを考慮し今年度も引き続き同じ場所を確保した。

日本パビリオンはホール2

【詳細図】



◆ホール2内日本パビリオン位置



第2章 IPM 2010 における日本パビリオンの運営

1. 事業全体の流れ

2009年	8月10日	出展者募集開始
	9月16日	応募を終了、選考開始
	10月16日	出展者決定、通知
	11月04日	14:00より近鉄エクスプレス大手町本社・特別会議室にて 出展者セミナー（説明会）を開催
	12月12日	植木及び一部鉢物海上輸送：大井港出航
2010年	1月06日	植木及び一部鉢物 ロッテルダム港到着
	1月22日	切り花、鉢物 航空輸送：成田空港出発⇒フランクフルト空港
	1月24日	植木及び一部鉢物 会場搬入、パビリオン装飾
	1月25日	切り花、鉢物会場搬入、パビリオン装飾
	1月26日	IPM Essen 第1日目
	1月27日	IPM Essen 第2日目
	1月28日	IPM Essen 第3日目
	1月29日	IPM Essen 第4日目 搬出・撤去

2. 運営内容の詳細

(1) 出展者募集

■募集案内の作成

農林水産物等海外販路創出・拡大委託事業及び本展示会の基本コンセプト、目指すべきゴール、出展者の特典、負担等を分かりやすく募集案内（参考資料1）として文章化。

■Webによる募集

近鉄エクスプレス販売の出展者募集専用ホームページ（参考資料2）にて、案内書と募集要項を開示。「出展申込書」はワードとPDF形式の2種類を用意し、ダウンロードが可能な作りとした。

■「出展申込書」の受付

ファックスまたは郵送により、プロジェクト事務局にて受付を開始した。各候補者の詳細情報を把握するため「出展申込書」に企業・団体や商品に関する情報や目的、意欲について詳しく回答をしてもらった。順次、データベース化していった。

■出展や海外への販売に対する意識等の確認

「出展申込書」に基づき簡単なヒアリングを実施、採点を行った。展示・商談会テーマとの整合性や、商材の重複などを確認したうえで出展希望者を精査。同時に現地有識者の

意見や輸入規制情報をもとに個々の商材について吟味し、出展者案を作成した。

■出展者の決定

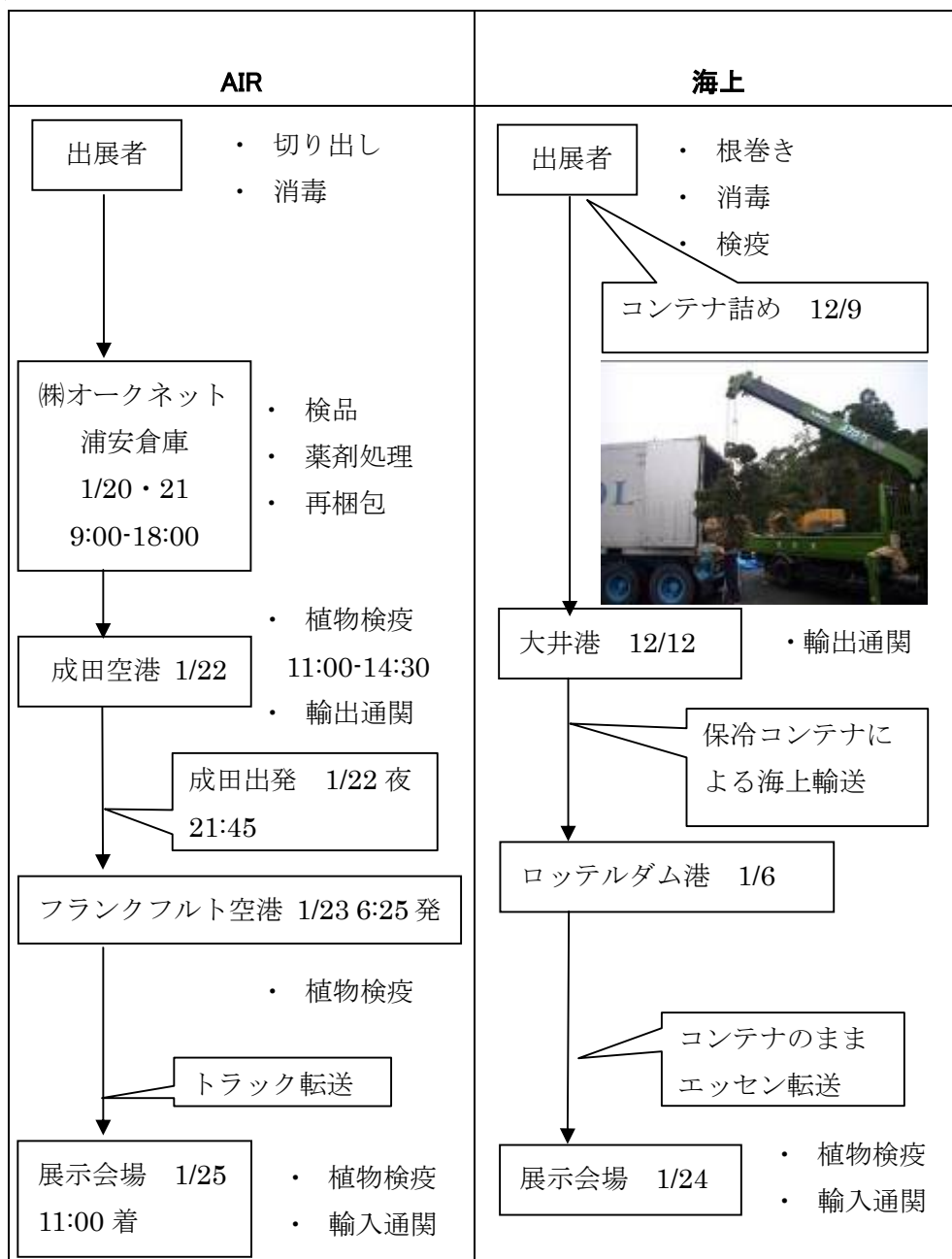
上記出展者案について農林水産省に協議した上でこれを決定した。

(2) 出展者セミナーの開催、出展者マニュアルについても参照。

(3) 出展品について

出展者 (生産者)	Figure	Common Names	
		Japanese	English
アグリ マツモト有限会社	Cut Flower	サンダーソニア切花	Sandersonia aurantiaca
有限会社あかざ	Bonsai	シンパク	Chinese Juniper
有限会社いとう商事	Bonsai	五葉松	Japanese white pine
有限会社いとう商事	Garden tree	キョウボク	Japanese yew
有限会社いとう商事	Garden tree	キンズツゲ	box leaved holly, Japanese holly
有限会社いとう商事	Garden tree	イヌマキ	buddhist pine
長崎県農林部農産園芸課	Cut Flower	カーネーション	carnation
長崎県農林部農産園芸課	Cut Flower	コスモス	cosmea
長崎県農林部農産園芸課	Cut Flower	マーガレット	Marguerite
長崎県農林部農産園芸課	Cut Flower	デンファレ(アルテミス)	den phal/cooktown orchid
長崎県農林部農産園芸課	Cut Flower	スカビオサ	scabious
長崎県農林部農産園芸課	Cut Flower	アスチルベ	astilbe
長崎県農林部農産園芸課	live plants	スパソグロッチス 洋ラン	Spathoglottis
八江農芸株式会社	Cut Flower	ユートマ(トルコギキョウ)	Eustoma
株式会社 向山蘭園	live plants	シンビジウム	Cymbidium
株式会社 向山蘭園	live plants	ミルトニア	Miltonia
株式会社 向山蘭園	live plants	オドントグロッサム	Odontoglossum
株式会社 向山蘭園	live plants	ファレノプシス	Phalaenopsis
Feel at	live plants	シンビジウム	Cymbidium
豊明花き株式会社	live plants	ファレノプシス	Phalaenopsis
豊明花き株式会社	live plants	デンドロビウム	Dendrobium
豊明花き株式会社	live plants	デンマークカクタス	Denmark cactus
豊明花き株式会社	live plants	ヘデラ ‘白雪姫’	Hedera
豊明花き株式会社	live plants	エピデンドラム	Epidendrum
豊明花き株式会社	live plants	ワイヤープランツ	wire plant
CHIBA フラワーボックス	Cut Flower	カーネーション	Carnation
CHIBA フラワーボックス	live plants	アマリリス	Hippeastrum
花き輸出振興協議会	Loppings(切り枝)	コデマリ	reeves spirea
花き輸出振興協議会	Loppings(切り枝)	啓翁桜	Prunus
花き輸出振興協議会	Cut Flower	スイートピー	sweet pea
花き輸出振興協議会	Cut Flower	デルフィニウム	delphinium
花き輸出振興協議会	Cut Flower	オキシペタラム	Oxypetalam caeruleum
花き輸出振興協議会	Cut Flower	グロリオサ	gloriosa
花き輸出振興協議会	Cut Flower	シンビジウム	Cymbidium
花き輸出振興協議会	Cut Flower	スカビオサ	scabious
花き輸出振興協議会	Cut Flower	スプレーストック	Common Stock
花き輸出振興協議会	Cut Flower	トルコギキョウ	Eustoma
有山緑化繁殖株式会社	live plants	タマリユウ	
有山緑化繁殖株式会社	live plants	フイリヤブラン	Variegated lilyturf.

(3) 出展品の物流



- 切花、鉢物はオークネット浦安倉庫にて集荷後、成田からフランクフルトまで直行便利用
- コールドチェーンの確保（浦安倉庫、成田、フランクフルト、会場までの動線を確認。）
- 輸出規制のクリア（事前に全品種の輸入規制を確認。一部、栽培地検査が間に合わないものがあり、切花として出荷。他法令該当種あり。）
- 開花ステージの調整のため、各生産者からの出荷はギリギリまで遅らせた。

- 圃場にて輸出検疫・コンテナ詰め後、大井港からロッテルダムまで海上輸送、その後エッセン会場までコンテナ転送。
- コールドチェーンの確保（リーファーコンテナを使用。）
- 輸入規制のクリア（事前検疫を済ませた圃場にて育成された植木から出展物を選定。）

◆梱包の留意点

IPM Essen 2010 に出展する花材につき、日本から展示会場までその品質を劣化させることなく輸送するため、各出展者には下記の点を留意の上、以下の要領で梱包を行ってもらった。

- 展示会に出展する花材は、出荷前に必ず消毒をする。

(輸出の際、検疫時に病害虫が発見された場合は、輸出ができなくなってしまうため。)

- 輸送所要時間が通常の国内での取引の場合と比較して長くなるので、花材の品質保持のため、必要な薬剤処置をする (エコゼリー使用)。
- 水等は使用しないため、切花は可能な限り到着後速やかに切戻しと水揚げを行う。
- 通気性をよくするため、各ダンボール箱に通風穴を開ける (箱の強度維持に注意)。
- 梱包に際しては、全ての花材をダンボール箱に梱包する。また、ダンボール箱については輸出用のダブル・カートンなど、航空機による輸出に耐える十分な強度を持った箱を使用する。(木材は一切使用しないようにする。)



- 輸送する花材の性質・性状、所要時間、輸送条件 (振動、衝撃、温度) 等を考慮し、花材の品質を劣化させることなく展示会場に届けるための梱包をする。
- 輸送に使用する輸送機具は、トラック、フォークリフト、航空機、空港内で使用する航空機用パレットの荷役・移動機器などである。よって貨物の輸送中、荷役中、航空機の離着陸時等に、若干の振動と衝撃があるので、しっかりと固定するようにする。



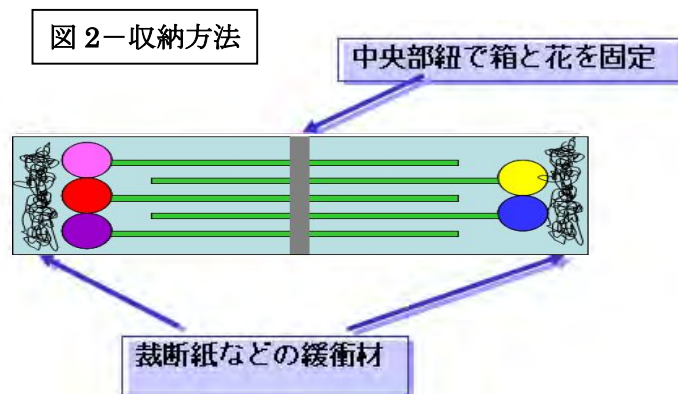
【梱包手順】

- ①花材は品種ごとに束ねる。
- ②花材によっては各花束を新聞紙で包むなど、結露防止処置を行う。(図1)
- ③花束は頭を互い違いに収納していく(収納効率を高め花キズを防ぐため)。(図2)
- ④花束の茎はエコゼリーに浸し、外れないようにビニールテープなどで固定する。
- ⑤箱の両端には必要に応じてシュレッターを通した裁断紙のような緩衝材を入れる。(図2)
- ⑥花材収納後、ダンボール箱の蓋はガムテープでしっかりと閉じる。

図1—新聞紙による結露対策



図2—収納方法



【Keep Cold +5℃】の温度表示シール

温度表示シール：切花の場合は5℃で設定する



展示会判別用シール

オークネット倉庫、税関、検疫所、EU側が判別するために必要なもの



Hall 2.0, Stand 108
C/NO.

(4) 日本パビリオンの設営

パビリオンのデザインは、海外での花き展示に豊富な経験を持つメンバーにより設計、施工を行った。

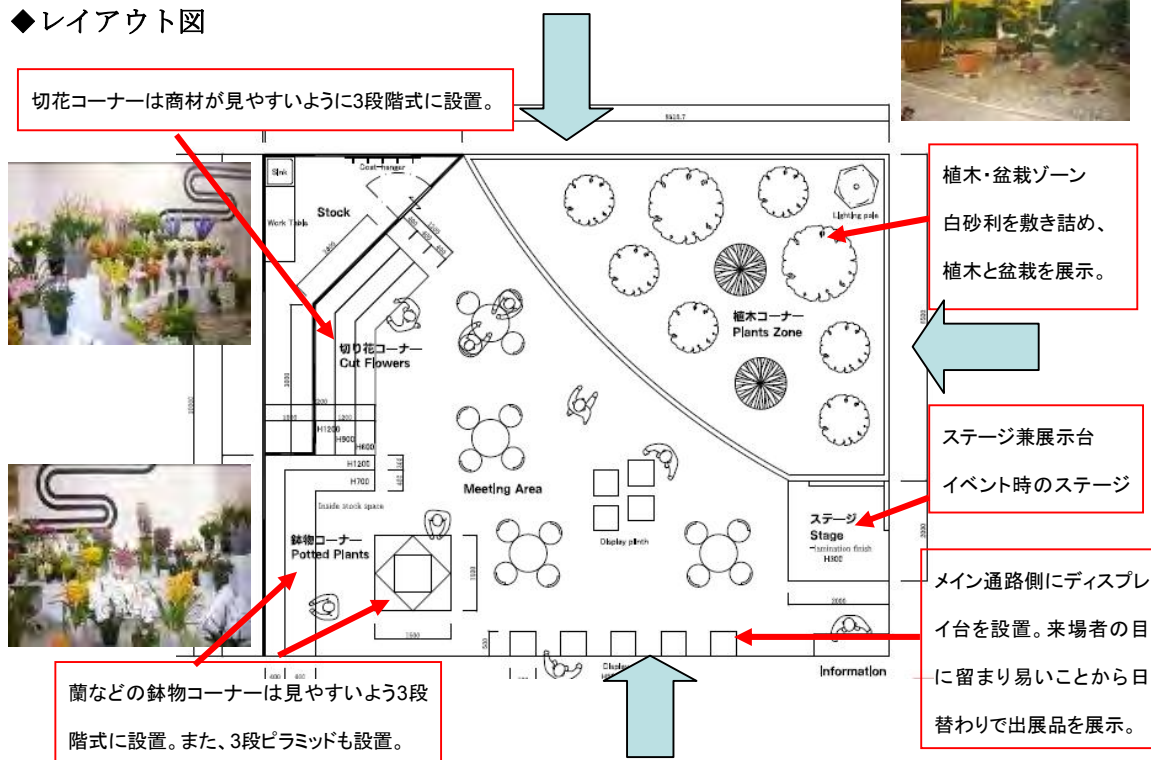
- 基本レイアウトは「ノンパーティション」ブースとし、零細生産者も1アイテムから出展できる設計とした。
- 浮遊来場者のストップ・アンド・ゴー（見物の立寄りだけ）を減らし、「真」の潜在顧客との対応に十分な時間を使えるようにした。
- 海外における花き見本市であることを意識し、商材カテゴリによるゾーン分けをするなど外国人にとってわかりやすいパビリオン構造とした。
- サイズは、10m × 12.5m の 125 m²。隣ブースとの通路をなくし、少しでも広く場所を取れるよう設定した。

◆日本パビリオンのコンセプト

「ウォークスルー型」の「ノンパーティションブース」は、

- ①真に取引を希望する顧客を内部に誘導し、商談に専念できる空間を演出する。
- ②真に輸出可能性のあるアイテムを生産する零細生産者の商品可能性のアイテム出展率を高める。
- ③日本パビリオンとしての一体感の創造。
などの相乗的な効果がある。

◆レイアウト図



植木・盆栽ゾーン



鉢物ゾーン



切り花ゾーン



※切り花は会期 2 日目夜に切り戻しと保鮮剤の入れ替えを行った

◆施工

ドイツにおける展示・商談会の通例として施工に十分な期間が与えられ、日本パビリオンの施工も非常にスムーズかつ計画的に進行させることができた。



「装飾の半分は出展物自身」のコンセプトから、施工はシンプルに。



カラーは白を基調に、モダンな和風イメージを出したデザインとした。

◆植木の搬入

着荷の状態は良好で、センチュウも発見されず無事検疫も合格。植木の配置は広い場所を必要とし、移動も困難なため、作業のしやすさを考慮して切り花・鉢物搬入に先行して行った。また、今回テスト輸送として一部の鉢物を混載したが、低温に弱いエリアアポロイデスを除き着荷は良好であった。



◆切花、鉢物、枝物出展物の搬入

雪による悪天候の為会場到着が3時間遅れたが、搬入作業に影響は出なかった。着荷の状態は、一部のデリケートな切花に萎れが見られたが、物理的なダメージはなく、相対的に良好であった。この時点で、圃場採花から5～6日が経過。切戻し処理を行い、保鮮剤入りのバケツで水あげをした。着荷状態がよく、会場内が低温であり、問題が見られなかったため、会場内で保管することとした。



(5) 通訳の配置

商談及びイベント用の通訳として、ドイツ在住の日本人及び現地人（日本語・英語・ドイツ語可能）を4名配置。商談やイベント以外の時間は、来場者に積極的に声がけを行い、集客のサポートを行った。



(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 日目に出展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

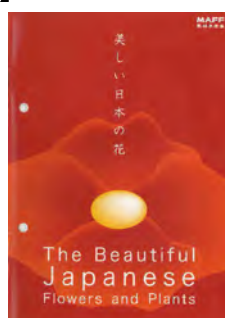
500枚を用意。出展者の用意したパンフレットなどを入れて配布した。



【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。

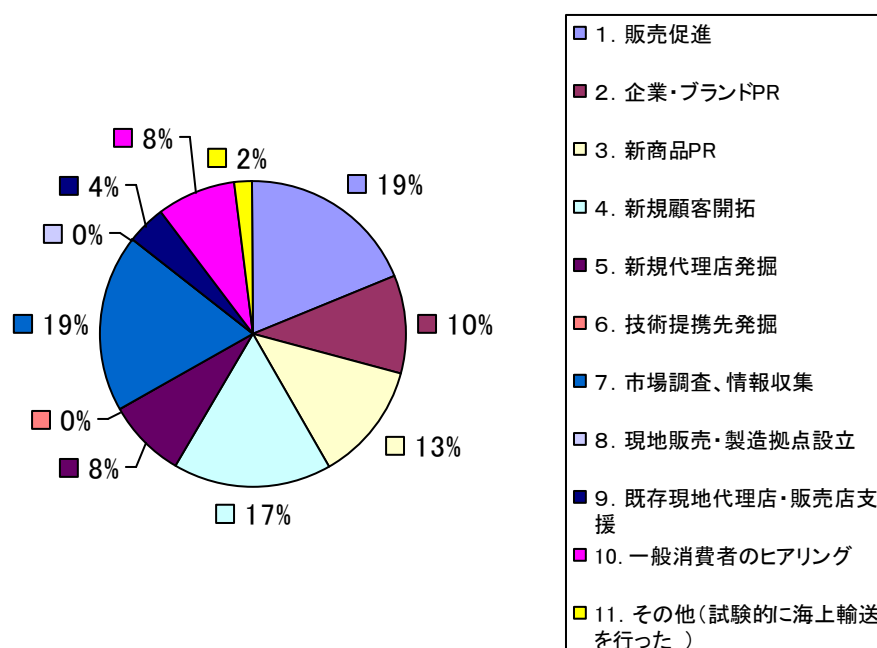


第3章 成果と課題

1. 出展者の評価（会期1週間後の出展者総合アンケート）

会期1週間後に全出展者に対し総合的なアンケート調査を実施、出展の成果と展示会への評価を行った。（以下はアンケートに対する出展者の回答である）

■ 出展の主な目的



Q1. 本展示会での主な成果について

A1. 新規取引先見込み客の確保。前々年度、前年度 IPM 出展の経験を生かし、いままで商談したお客様との商談展開の拡張。剪定技術の実演による日本技術の宣伝効果。（植木出展者）

A2. 弊社は、第1に、日本最大の鉢物卸売市場として鉢物の生産者を支援するべく匠の技術により生産された日本の鉢花（主に蘭）の完成品を欧州マーケット向けに紹介し販売先（卸業者、輸出業者、等）を開拓すること、第2に日本で作出された様々なバラエティのあるオリジナル品種を紹介し、販売先（生産者、種苗会社、等）を開拓すること（弊社はグループ企業にパテント管理会社があります）、そして第3に企業PR・日本の鉢花PRを目的に出展しました。（鉢物出展者）

A3. 個々の生産者が独自に輸出に取り組むのは様々な面でハードルが高く、多くのリスクも抱えます。それを支援することが出来るのは日本では卸売市場が最適の存在であると考えております。鉢物に関しては、日本最大の取扱量、生産者とのネットワークがある弊社

がリードしていくことが日本の園芸業界の発展には欠かせないと考え、様々な輸出事業に取り組んでおります。(鉢物出展者)

A4. EUはもとより諸外国からの、来場者も多くブラジル、ニュージーランドなどからの、商談がありました。(切り花出展者)

A5. 日本の仕立物の木がかなりの数出ていることがわかりました。それらを植えているのなら日本のグランドカバーを使ってくれる可能性が高いことがわかりました。(植木出展者)

A6. 新規の顧客の獲得および、当社の品種のPRをできたこと。また、今後の育種方針、営業方針を決めるうえで大事な情報を得られたこと。(切り花出展者)

A7. デモンストレーションをさせていただいたお陰で、マクロボンサイに多くの方が興味をもっていただけたようで良かった。(植木出展者)

A8. ミルトニアやオドントグロッサムなど弊社独自の新品種を今後のビジネスにつなげるため紹介することができたこと、それにヨーロッパにおける既存のシンビジウムに新規カテゴリーとなる和蘭を強くアピールすることが出来ました。また、これまで接触する機会の無かったヨーロッパ及び諸外国の生産者様と直接商談することができ、EUにおける新たな足がかりを作ることが出来ました。(鉢物出展者)

A9. 各国バイヤーとの交流のきっかけ作り。日本産切花のマーケティング(切り花出展者)

A10. シンビジウムの海上輸送の試験を行った。現地の有望なバイヤーと知り合えた。現地の好みを把握できた。(鉢物出展者)

A11. 新品種に対する商品力の評価(切り花出展者)

A12. 今回の主となる出展目的は、本県オリジナル花きの欧州圏内における市場性調査であり、日本パピリオンで出展させていただいて、欧州圏内の花きの好みや状況を直に感じることが出来たことが、第一の成果です。(切り花出展者)

Q2. 本展示会を機に予定されるビジネス展開について

A1. 前々年度、前年度IPMから情報交換をしている先との本格的な取引の開始。

本IPMでの新規取引先見込み客に対するフォローとより細やかな情報交換。(植木出展者)

A2. 完成品については、今のままでは欧州マーケットにおいて価格が折り合わないため、仕様の工夫を検討し改めて紹介したいと考えております。また、展示会だけでなく高級レストラン、領事館・大使館など富裕層の目に触れやすい場所でのプロモーション(需要を喚起する取組み)が検討できないかとも考えています。オリジナル品種については今回獲得した見込み先を含めて紹介する相手先、アイテム双方の幅を広げて行きたいと考えております。(鉢物出展者)

A3. 栽培地検査、証明取得を定期的に行って行きたい。(切り花出展者)

A4. POT苗は価格が高いので(輸送費を含むと)植木と合わせて売ること苗を洗った状態での空輸販売取り扱い品種を増やす。(植木出展者)

A5. 新規の生産地へ試作を行い、環境への対応および、市場の評価などを調べ、世界へ当社のブランド商品を展開する。(切り花出展者)

A6. 木の特長にあわせた地域への販売。(植木出展者)

A7. ヨーロッパでの和蘭、アーチタイプシンビジュームの苗販売と商品プロモーション。また、ミルトニア、オドントグロッサムの営利性品種をテスト導入として複数の農場に提供し、今後諸外国への苗販売拡大を考えています。(鉢物出展者)

A8. 反応の良かったバイヤーへアプローチ⇒トライアル出荷⇒本格出荷。(切り花出展者)

A9. 来場していた雑誌社への、日本産花きの情報提供⇒現地メディアを通じて各国のバイヤーへアピール⇒問い合わせ等をつないでもらい対応 (切り花出展者)

A10. ラン類(主にシンビジウム)を海上輸送でヨーロッパに販売します。(苗・製品・資材)
(鉢物出展者)

A11. ①品種登録した品種についての販売業者を開拓し、球根販売を展開する。(切り花出展者)

A12. ②流通業者を介し、切花の輸出を行う。(切り花出展者)

A13. 今回の展示を通じて、種苗に関する問い合わせが多かったことから、切花などの生花の輸出だけでなく種苗や許諾契約などのビジネス展開も可能であることを認識した。(切り花出展者)

Q3. ドイツ (またはヨーロッパ諸国) でビジネスを展開する上で課題と感じられた点

A1. 気候や土質などの環境の違い。(植木出展者)

A2. 最大の課題は運賃が高額になってしまう点、次に栽培地検査が必要なため機敏な対応が出来ない点であると考えます。(鉢物出展者)

A3. 栽培地検査、証明取得が遅れてしまったこと。(切り花出展者)

A4. ある程度の数の 苗を出してしまうと 簡単にふえてしまうので実際に使っている植栽例などを紹介して需要の喚起日本の樹木を知っている人たちとの情報交換による新たなニーズの発掘。(植木出展者)

A5. 1. 当社が保有している市場の情報および、顧客の絶対量が足りない。(切り花出展者)

2. ヨーロッパでの代理店ないし、販売店とのコネクションが少ない。

A6. 言葉の壁。値段の提示の仕方(経費の内訳を明確にできないかどうか)。(植木出展者)

A7. ヨーロッパ各国における需要品種、栽培環境の違いや、それに伴う品種選抜と商品提示。商談業者の信用調査と契約事項の取り決め。(鉢物出展者)

A8. 英語が通じない相手とのコミュニケーション。航空運賃。輸送方法や気候を考慮した出荷調整。(切り花出展者)

A9. 商談後のフォロー体制 (鉢物出展者)

A10. ①品種登録が国内外で整っていない。(切り花出展者)

②ボックス単位の注文は成立しにくい。

A11. 切花品質を損なわないための輸送方法と品種選定、輸送運賃を加算した場合の欧州販売における単価設定、出展者の提案力。(切り花出展者)

Q 4. 本展示会を通して、ドイツ以外の国のバイヤーとの商談があったか

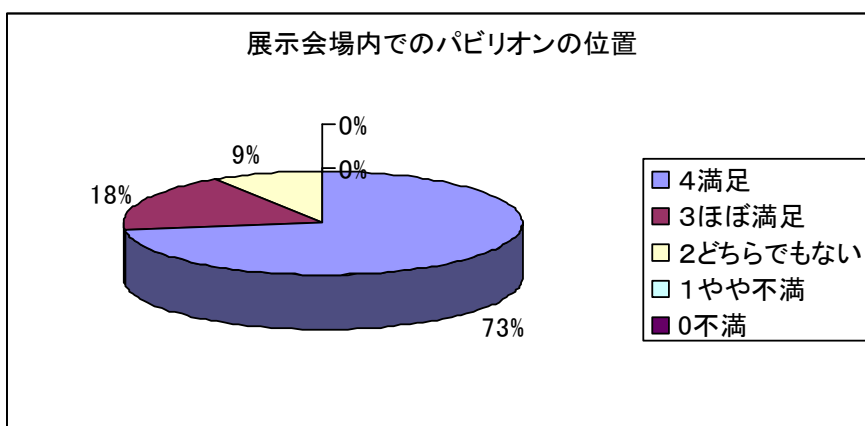
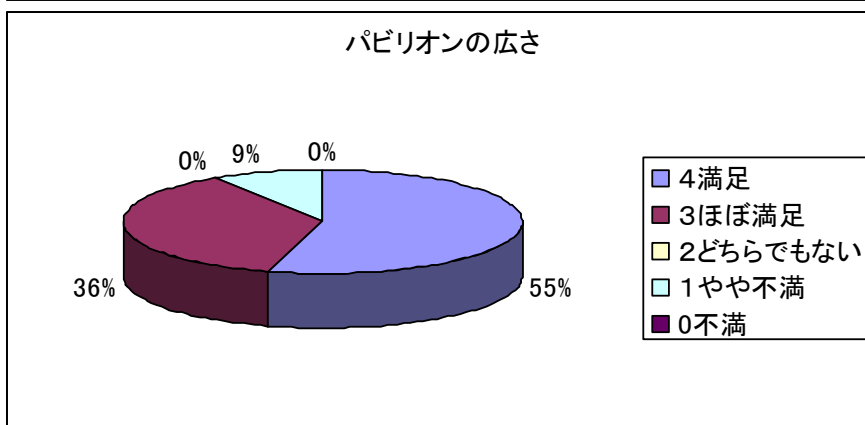
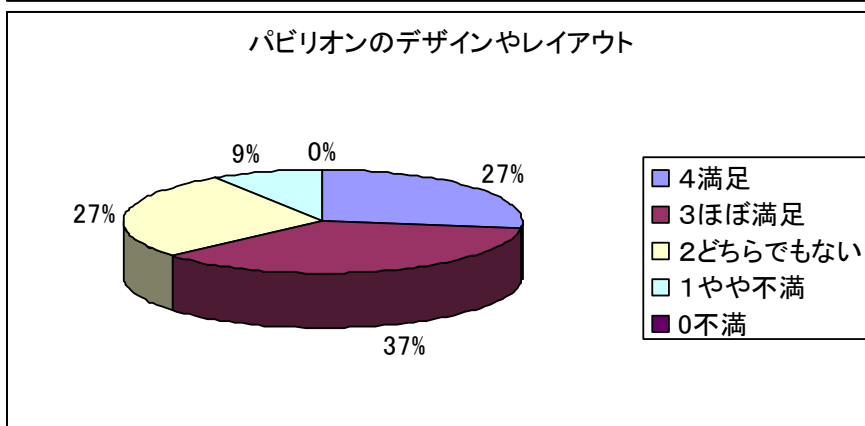
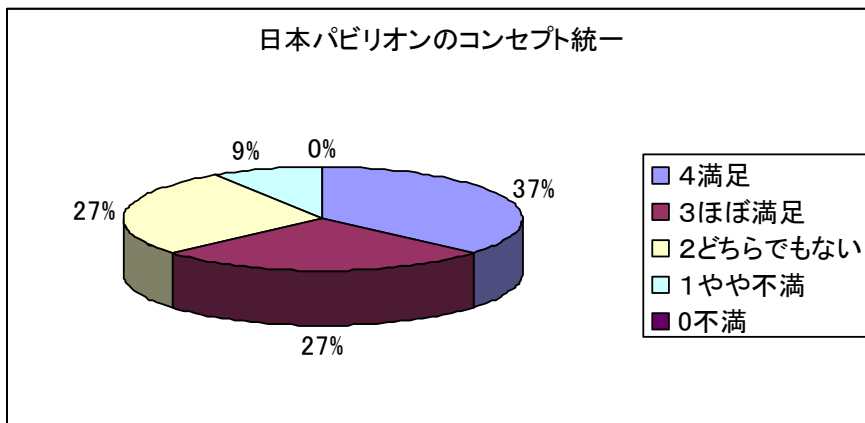
- A1.** ありました。(植木出展者)
- A2.** オランダ、東欧諸国、イギリス、イタリア、ロシア、ドバイ等 (鉢物出展者)
- A3.** 南アフリカ、ブラジル、ニュージーランド (切り花出展者)
- A4.** ありました オランダとイタリア スペイン (植木出展者)
- A5.** オランダ・カナダ・インド・ブラジル等の諸国との商談がありました。(切り花出展者)
- A6.** ベルギー、アルゼンチン、南アフリカなど。(鉢物出展者)
- A7.** スペイン、オランダ、スロベニア、ロシア、チェコ (切り花出展者)
- A8.** オランダ、ドバイ、ベルギーなど (鉢物出展者)
- A9.** 有り。オランダ (切り花出展者)
- A10.** ありました。(オランダ) (切り花出展者)

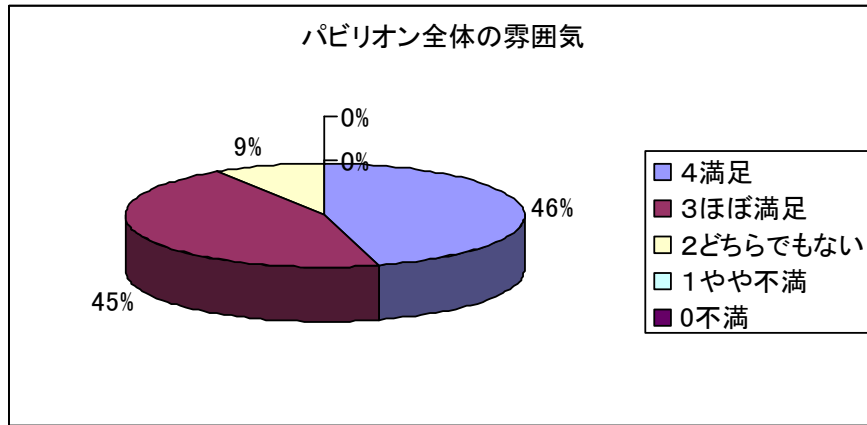
Q 5. 海外販路を獲得する上で海外展示会の役割をどのように考えているか

- A1.** 私共の扱っている植木・盆栽は、日本の文化や造形美・技術の高さを理解してもらうことが最も重要です。今回はシンパクの剪定ショーの時間を頂き、また、現地メディアにも取り上げられ、より多くの方に興味を持って頂けたと思っています。(植木出展者)
- A2.** こういったプロ向けの展示会は、直接バイヤーの獲得につながる可能性が高いためとても有効な手段であると考えております。(鉢物出展者)
- A3.** 物事の始めはやはり展示会等で多くの方に知ってもらうのが一番良いと思います。(切り花出展者)
- A4.** 購買意欲がある会社があるので 移動せずに1回でたくさんの人たち会えることがメリットだと思います。農林水産省の委託事業なので、日本国内でも会社の宣伝にもなり、小さい会社にとっては、 宣伝の対費用効果が高いことがわかりましたブース代 通訳代 出展事務局との交渉などの費用が無料なのが魅力今後もこの形で続けてほしい。(植木出展者)
- A5.** 弊社のような小さな会社が独自で各国を回り、一つ一つのバイヤーを訪問し新規の顧客・情報を集めるのには、コストと時間のリスクが高くなかなか拡大をしていくのには限界が生じてくるなかに、このように、世界各国の人々が一堂に会する会はとても有意義で、当社が世界への販売を拡大していくことを考える中では大きな役割が感じられると思います。(切り花出展者)
- A6.** 品質のアピール、日本の技術のアピールができる場所。(植木出展者)

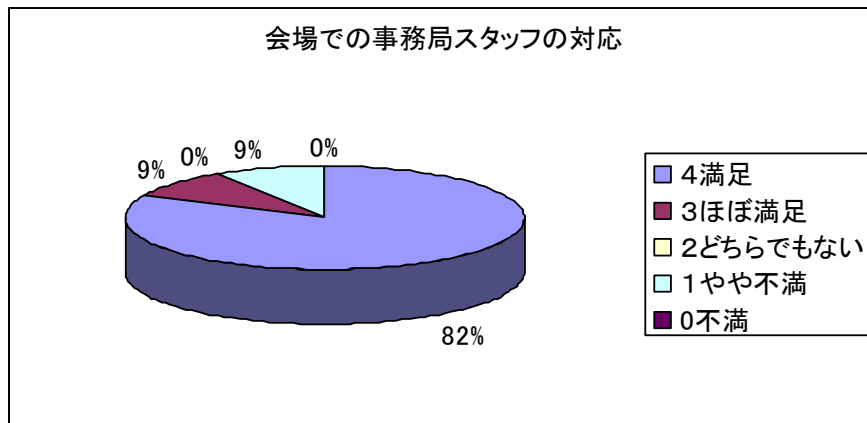
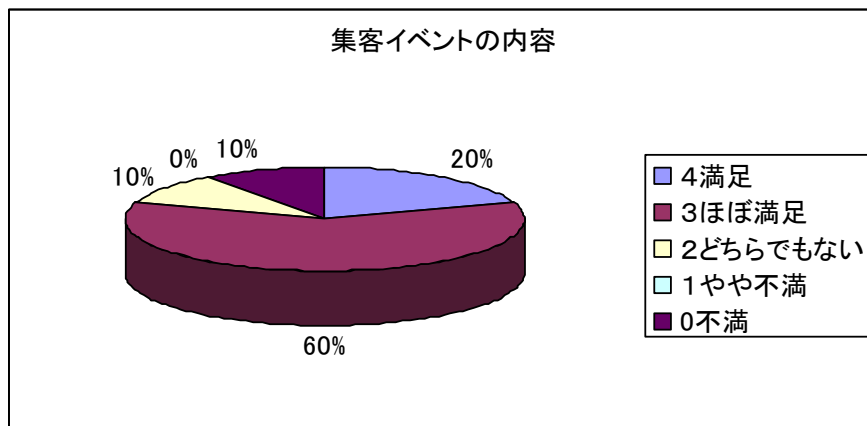
- A7.** まずは自社アピールを行い、企業名を知っていただく場と考えています。そこから新規生産者の開拓を一番の目的とし、また他に業界他社との意見交換を忌憚無くできる貴重な場でもあります。(鉢物出展者)
- A8.** 各国バイヤーとの出会いの場。大勢の海外の来場者（一般消費者含む）への商品のマーケティングを直に行うことが出来る貴重な機会。(切り花出展者)
- A9.** 海外展示会を中心にして商談を進めて行くつもりです。(鉢物出展者)
- A10.** 国内の花き業界の情勢を考えると、海外に活路を見出すことは必然的な成り行きである。切花などの製品は、生産性が高く競争力がない。さらに流通経費がかさみ希望は薄いと考えられる。このような理由から新たな方向を見つける必要がある。(切り花出展者)
- A11.** 国内外に限らず、展示会に出品することは、出展者の売り込みたい花を直接実儒者に見ていただく良い機会だと思います。また、これからの商品開発に向けた意見を伺うことが出来るので、花き産地にとって大切な場だと考えます。特に、これだけ景気が冷え込み、花き需要が低迷する中、展示会への出展など花き産地のPR活動は非常に大切です。(切り花出展者)

Q 6. 日本パビリオンに関する感想





Q 7. 事務局の支援体制に関する感想



A1. 準備段階から植木・盆栽のコンテナ輸送、現地での作業、IPM 期間中の細かな心遣い、そして終了後の作業と、大変お疲れ様です。そして本当にお世話になりました。これからも宜しくお願い致します。(植木出展者)

A2. 様々な事に迅速に対応して頂き、非常に助かりました。ありがとうございました。何ら不満はありません。(鉢物出展者)

A3. 問題ない (切り花出展者)

A4. 初めてのEUでの展示会だったので 事務局の皆様にはお手数をおかけしました。事務局の皆様のチームワーク良さに感心しました。大変お世話になりましたありがとうございます。（植木出展者）

A5. お忙しい中に、多数の出展者の対応および、準備等で大変だったことだと思いますこの度、各商談がスムーズにすんだこと、当社が有益な顧客・情報を得られたのも事務局の皆様の影のご尽力のたまものと思っております。また、このような機会がございましたら、ぜひお仕事をさせて頂きたいと思っております。（切り花出展者）

A6. 申し分なし（植木出展者）

A7. レスポンスが素晴らしいので大変助かりました。後は事前の商談サポートを充実していただければ言うことなしです。（例えばどのような資料を作成すべきかご提案いただいたり、資料の翻訳代行を行っていただいたりなど）（鉢物出展者）

A8. お疲れ様でした。細やかなところまで、お気遣いいただき、誠に有難うございました。（切り花出展者）

A9. ①開始前のミーティングで、近鉄側スタッフの役割分担とその責任者について、明らかにしてもらったほうが仕事での連携がしやすい。（切り花出展者）

A10. ②球根類の栽培地検査が間に合わなかった。公募締め切りが9月では間に合わなからである。来年に向け早めに準備をしたいと思っているが、お互い知識不足で失敗。（切り花出展者）

A11. 初めて、欧州での出展だったのですが、事務局のご配慮のおかげで、大きなトラブルなく参加することが出来ました。（切り花出展者）

Q8. 展示会全般に関して

A1. 入場者が若干少なかったような気がするのが気になりました。

A2. 展示の仕方について出展物がすべての通路側に外向きに展示したほうが良いとおもいます。

A3. コマ割りせず 日本チームとして展示する方法に賛成です。日本として一体感があり、出展者との情報交換の場にもなるのでこの形で続けた方がいいと思います。

A4. 若干日本パビリオンの中の出展者がパビリオン内にあふれており、外から見た際パビリオン内に入りにくい部分があったのではないかなと感じられました。各出展者がそれぞれの商品をお出しになったので、会場全体を統一することが難しかったなかに色々配置などを考えられていたことは良かったと思います。

A5. 雰囲気もよく、楽しんで参加できた。

A6. ブース正面の台に各社の切花を交代で置くことは良い考えだと思います。その台を更にアピールし、台の前で足が止まるような工夫がなされると更にすばらしかったと思います。（例えば各社の栽培風景を音つきで流しっぱなしにするなど。）今回弊社では無難な白鉢を基調に仕立てましたが、他の出展社様や日本ブースに合っていたのか不安です。次回

からは事前にある程度配色や共通イメージをご提示いただくとより統一感を出せるのではないのでしょうか。

A7. 世界各国から来場者が来る、超大規模な展示会でした。

また、ただ展示しているだけではなく、TASPO の様な毎日発行されるフリーペーパーや、各国のブースなど、沢山のアイデアが詰まった展示会でした。

2. 成果

上記の出展者アンケートの集計結果に基づき、各種実績を集計した。

日本パビリオン来場者累計（事務局集計）	2,300 人（対前年比 76%）
出展者の対応件数	1,340 件（対前年比 76%）
商談数	232 件（対前年比 82%）
成約及び成約見込み件数	17 件（対前年比 37%）

3. 課題

上記の出展者アンケートや事務局から来場者への直接インタビューなどを総合し、ヨーロッパ市場開拓にあたっての課題を以下のとおり取りまとめた。

- ① 日本の花きについて総合的な理解を深めてもらい、販路拡大の下地となるような情報発信の仕組みづくり。
- ② すでに引き合いが旺盛な花き（特に植木など）に関する生産体制の強化と、輸出に対応した組織体制と設備の充実。
- ③ 着地の検疫基準に適合する薬剤の使用や、非 EU 諸国の検疫制度に対する調査

4. 総評

日本パビリオンとして 3 回目の出展を迎えた IPM Essen 2010 は、商談を目的とする主催者側の意向により開催期間が全て平日へ変更になったことで、全体的に来場者数の減少が見られた。日本パビリオンへの来場者数も同様に昨年と比較すると減少したが、パビリオン内の各商談テーブルにおいてバイヤーの滞留時間は昨年に比べ長く、内容の濃い充実した商談ができたとの印象を受ける。会期一週間後までの成約及び成約見込み件数は 17 件という結果だが、花きそれぞれの季節に伴う価格変動などもある為、成約までに時間を要することが想定される。今後の各出展者の成約に向けた継続した商談・プロモーションに期待したい。

イタリア生育の植木、中国産盆栽など類似する花材も多く流通する中、本物志向の高いバイヤーが数多く来場しており、品質の高い日本花きに対する関心の高さをあらためて実感することが出来た。

日本の生産地から見ると距離のあるヨーロッパ市場への参入・販路拡大は、上記で示した課題とは別に、輸送コスト圧縮に向けた梱包方法で継続的な試みが必要であるが、品質面における優位性や商材の希少性など、海外における日本産花きの潜在的な競争力の高さを、この展示会への出展を通して十分に感じる事ができた。

※ 参考資料

■出展者募集ウェブサイト



はじめに

欧州連合(EU)地域の花き産業を知る上で、また、EU 市場への販路の創出・拡大の機会を探るために、最も重要な展示・商談会の一つ「**IPM Essen 2010**」が**2010年1月26日(火)～1月29日(金)までの4日間**、ドイツ西部の都市、エッセンで開催されます。

この「IPM Essen 2010」に、農林水産省の委託事業(農林水産物等海外販路創出・拡大事業)により「日本パビリオン」が設置されます。EU 市場では、元来の花き文化を背景に業務用、個人消費用共に安定した需要があり、また輸送技術の進歩によるアフリカなどの遠隔地からの切花の輸入は益々増加傾向にあります。

本展示・商談会における「日本パビリオン」では、今後ますますの拡大が予想される EU 市場への販路の創出・拡大を図ろうとする生産者、企業、団体等の皆様を対象とし、日本産花きのプロモーションのための理想的なプラットフォームを提供いたします。この機会を是非ご活用ください。

展示・商談会開催概要

見本市名	IPM Essen 2010
会期	2010年1月26日(火)～1月29日(金)
会場	Essen Trade Fair Ground (エッセン・トレード・フェア・グラウンド)

見本市名	IPM Essen 2010
主催	Messe Essen GmbH (メッセ・エッセン)
規模	43,575m ² (総展示面積)
出展者数	1,365 (国内：685 国外：680) (2009 年度)
来場者数	約 60,588 人 (2009 年度)
出展品目	花き、園芸用品、花き美術品・工芸品、セールスプロモーション用品
ウェブサイト	http://www.ipm-messe.de 

過去参考資料

日本パビリオンの概要

基本方針



※この CG はイメージであり、実際のブースとは異なります。

「日本パビリオン」は、日本産花きの高品質なイメージを再現できるよう、デザインに工夫を凝らします。従来の小間割方式ではなく、視覚的な品質アピールはもちろん出展者と来場者が快適な商談を行える共有スペースを設けるなど、ハイレベルな空間を演出します。

参加のメリット



出展料(スペース代、パビリオン施工代)が無料です。



日本パビリオン内に通訳を数名配置しますので、商談の際にはご利用いただけます。(日本語 ⇄ 英語)



農林水産省から本事業を受託している(株)近鉄エクスプレス販売販売(運営事務局)が輸送関係を全面的にサポート。海外初出展でも安心してビジネスに専念できます。



会期中、運営事務局のスタッフが会場に常駐し、日本パビリオンの管理・運営、出展者のサポートをさせていただきます。

募集情報・申込書 (IPM Essen 2010) 【花き専門見本市】



募集要項

募集スペース	10社・(団体)程度、又は50品種程度 ※小間形式ではありません
対象出展物	日本で生産された花き(ドイツ及びその他EU諸国において輸入・販売できるものに限る)
出展資格	上記対象出展物の生産者、加工業者、輸出・輸入業者等
出展料	無料

出展者の決定

出展者及び出展物の選定は、本事業の趣旨等を踏まえ、運営事務局(近鉄エクスプレス販売)が以下の項目について採点を行った上で、農林水産省に協議して行います。なお、申込が予定数を上回らない場合であっても、出展物としてふさわしくないと考えられる場合には、出展をお断りすることがございますので、あらかじめご了承ください。

- 出展物について
(日本産花きの輸出拡大に寄与するか等)
- 出展者の意識について
(出展の目的を明確に有するか等)
- 生産体制について
(輸出に対応できる十分な生産能力を有するか等)
- 商談のフォロー体制について
(実務的なフォローをできる体制を有するか等)

- その他

経費負担区分

A. 運営事務局が負担する主な経費

- 会場借料
- パビリオン施工・設営・装飾
- 共用商談スペース、および什器(テーブル、椅子、冷蔵庫などを含む)
- 日本パビリオン内に配置する通訳(3~4名)
- 来場者向け「日本パビリオン」パンフレット
- ドイツ及び周辺諸国での来場者誘致、日本パビリオンの宣伝活動

B. 出展者にご負担いただく経費

(※ 原則としてA. 以外の経費で主要なものは下記のとおりです。)

- 輸送経費・・・輸出梱包及び見本市会場までの輸送、また見本市終了後の輸送
- 輸入税、通関費用、輸送保険料などの物流費
- 出展者が独自に設置、レンタルする追加備品
- 出展者の社員、スタッフの渡航費、宿泊費
- アシスタント(コミュニケーションサポートが可能な補助員等)の雇用費(必要な場合のみ)
- 出展者の販促物、各自のPR資料製作費
- 出展者の都合により発生する個別経費、及び任意保険など

※ 詳しくは[「海外見本市出品規定」](#)をご参照下さい。

アンケート等へのご協力

出展者の皆様には、会期前後および会期中に近鉄エクスプレスが行うアンケートなどにご協力いただきます。現地ディストリビューターなどと共同で商談する場合も、出展者の実績として成果を記載願います。また、出展者の皆様には農林水産省が別途実施する農林水産物等海外販路創出・拡大事業のうちのフォローアップ調査(聞き取り調査、アンケート調査等)にご協力いただきます。当該調査の受託業者から調査依頼があった際にはご対応願います。

申込方法

- 本「[出展募集のご案内](#)」、「[海外見本市出品規程](#)」を必ずご確認・了解いただきます。
- 申込書・承諾書(社印を捺印下さい)を事務局宛に FAX(03-5443-9458)にてお送りください。
- FAX を送付されてから翌々日までに、運営事務局担当者から電話連絡がない場合には、恐れ入りますが下記までお電話ください。

03-5443-9451 担当：後藤・内堀・田中

申込締切日

2009年9月18日(金) 必着

(ただし、申込が予定数を上回らない場合であっても、出展物としてふさわしくないと考えられる場合には、出展をお断りすることがございます。)

出展までのスケジュール (予定)

募集締め切り	9月18(金)
出展者選定結果の通知	10月23(金)(予定)
説明会用資料の送付	10月23(金)(予定)
説明会	11月4(水)(予定)

輸送に関して

原則として航空便輸送。植木などの大型貨物は船便。

渡航に関して

出展者の皆様には、各自で手配していただきます。会期前日には日本パビリオンのオリエンテーションや出展物の搬入およびスタンドの装飾を行いますので、少なくとも会期 2 日

前には現地に到着しているよう、航空チケットや滞在先ホテルの予約を入れてください。日本パビリオンとしての団体ツアーや、事務局スタッフが出展者の皆様の代行で渡航手配をすることはございません。(団体割引設定はなく、むしろ団体の場合割高になってしまいます。)ただし、海外渡航手配に不慣れな出展者様に関しましては、旅行代理店のご案内をさせていただきます。

注意事項

- 会期中、必ず出展者の社員が各自の展示スペースを担当し、商談・販促活動をしていただきます。
- 見本市会場で生じた盗難については、運営事務局は一切責任を負いません。
- [「出展募集のご案内」](#)及び[「海外見本市出品規程」](#)に定めのない事項に関しては、運営事務局がその対応を決定いたします。
- 戦争、政情不安定、天災、伝染病など、不可抗力により会期を変更、または本展示会への出展を解除することがあります。
- 本規程にない事項及び補足事項は[「海外見本市出品規程」](#)に定めます。

お問い合わせ・お申込先（運営事務局）

名称	(株)近鉄エクスプレス販売 イベント営業部内「TJプロジェクト」
担当者	後藤・内堀・田中
TEL	03-5443-9451
FAX	03-5443-9458
E-Mail	tastejapan@jp.kwe.com 
所在地	〒108-0073 東京都港区三田 2-7-13 TDS 三田ビル 5 階



IPM Essen 2010

日本パビリオン

出展者マニュアル

株式会社 近鉄エクスプレス販売

イベント営業部 「TJプロジェクト」事務局

目次

1. 展示会開催概要	3
2. 日本パビリオン スケジュール	4
3. 日本パビリオン出展者リスト	5
4. 展示会場へのアクセス	6
5. 展示会場レイアウト	7
6. 展示会場内 日本パビリオン位置	8
7. 日本パビリオン イメージ	9
8. 基本ルート	10
9. 梱包	11
10. 外装表示	14
11. 会場内において	17
12. 来場者誘致	18
13. 会期中イベント	19

1. 展示会概要

【展示会概要】

- 名称 IPM Essen 2010
- 期間 2010年1月26日(火)～2010年1月29日(金)
9:00 a.m.～6:00 p.m.
- 会場 Essen Trade Fair Ground (エッセン・トレード・フェア・グラウンド)
- 主催 Messe Essen GmbH (メッセ・エッセン)
- 規模 43,575 m² (総展示面積)
- 出展者数 出展社数: 1,365 (国内: 685 国外: 680) (2009年度)
- 来場者数 93カ国 約 60,000人 (2009年度)
- 出展品目 花き、園芸用品、花き美術品・工芸品、
セールスプロモーション用品、等
- ウェブサイト <http://www.ipm-messe.de>

【日本パビリオン概要】

- 主催 農林水産省
- 運営事務局 株式会社 近鉄エクスプレス販売
- 出展物 日本で生産された花き(ドイツ及びその他 EU 諸国において
輸入・販売できるものに限る)
- 規模 125 m²
- 会場内ロケーション Hall 2.0 Stand 108

2. 日本パビリオン スケジュール

2009年10月15日現在

※ スケジュールは随時アップデートし、配布いたします。

右上の更新日にご注意ください。

	1/24(日)	1/25(月)	1/26(火)	1/27(水)	1/28(木)	1/29(金)
	搬入など準備	搬入など準備	第1日目	第2日目	第3日目	第4日目
8:00			朝の連絡会議、 開会式	朝の連絡会議	朝の連絡会議	朝の連絡会議
9:00						
10:00						
11:00						
12:00	装飾など準備	装飾など準備				
13:00	植木搬入	出展者パス配布*	イベントショー	お茶会	イベントショー	イベントショー
14:00		オリエンテーション				
15:00		装飾				
16:00		通訳紹介				
17:00		切花・鉢物搬入				
18:00			夕方の連絡会議	夕方の連絡会議	夕方の連絡会議	撤収開始
				Exhibitor's Evening		
19:00						

* 1月25(月)に出展者パスを配布いたしますが、集合場所と時間は追ってご連絡いたします。

** イベントショーのスケジュールは変更となる可能性もあります。

- 会期中、出展者が会場に入館可能な時間は 8:00-19:00 です。

3. 日本パビリオン 出展者リスト

No.	企業・団体	出展物
1	有限会社あかざ	盆栽(シンパク)
2	アグリ マツモト有限公司	サンダーソニア(切花)
3	有山緑化繁殖株式会社	盆栽(五葉松) 植木(タマリユウ、フィリヤブラン、サツキ、ドウダンツツジ)
4	有限会社いとう商事	盆栽(五葉松) 植木(キャラ、キンメツゲ、イヌマキ)
5	花き輸出振興協議会	コデマリ、スイートピー、デルフィニウム、オキシペタラム、グロリオサ 等(切花)
6	CHIBA フラワーボックス	レリシアスタイル カーネーション、ラケナリア
7	豊明花き株式会社	鉢物(ファレノプシス、デンドロビウム、シンビジウム、デンマークカクタス、ヘデラ等)
8	長崎県農林部農産園芸課	鉢物(ラベンダー、デンファレ 等) 切花(カーネーション、アスチュルベ等)
9	Feel at	シンビジウム等のラン科植物
10	株式会社 向山蘭園	洋ラン(鉢物)
11	八江農芸株式会社	切花・種(ユーストマ)

50 音順・敬称略

4. 展示会場へのアクセス

会場名: Essen Trade Fair Ground

住所: MESSE ESSEN GmbH

Norbertstrasse D - 45131

Essen Germany

TEL: +49.(0)201.7244.0

FAX: +49.(0)201.7244.248



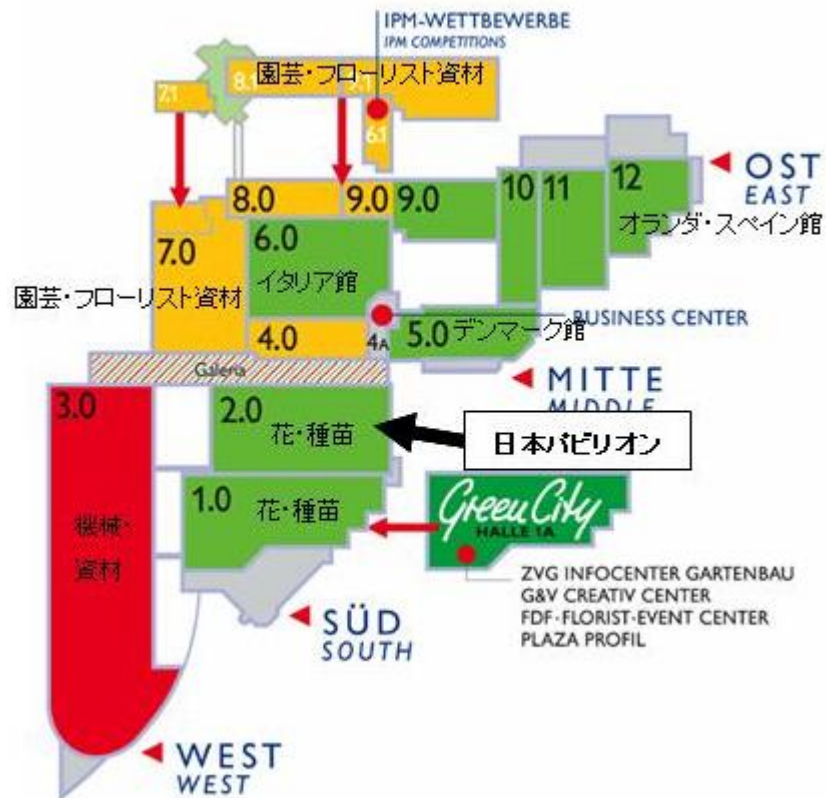
【展示会場周辺地図】

展示会場(Messe Essen 駅)までは、Essen 中央駅から地下鉄 U17 で約 5 分です。

「Messe Haus Ost」と「Messe Sued」が最寄駅となります。

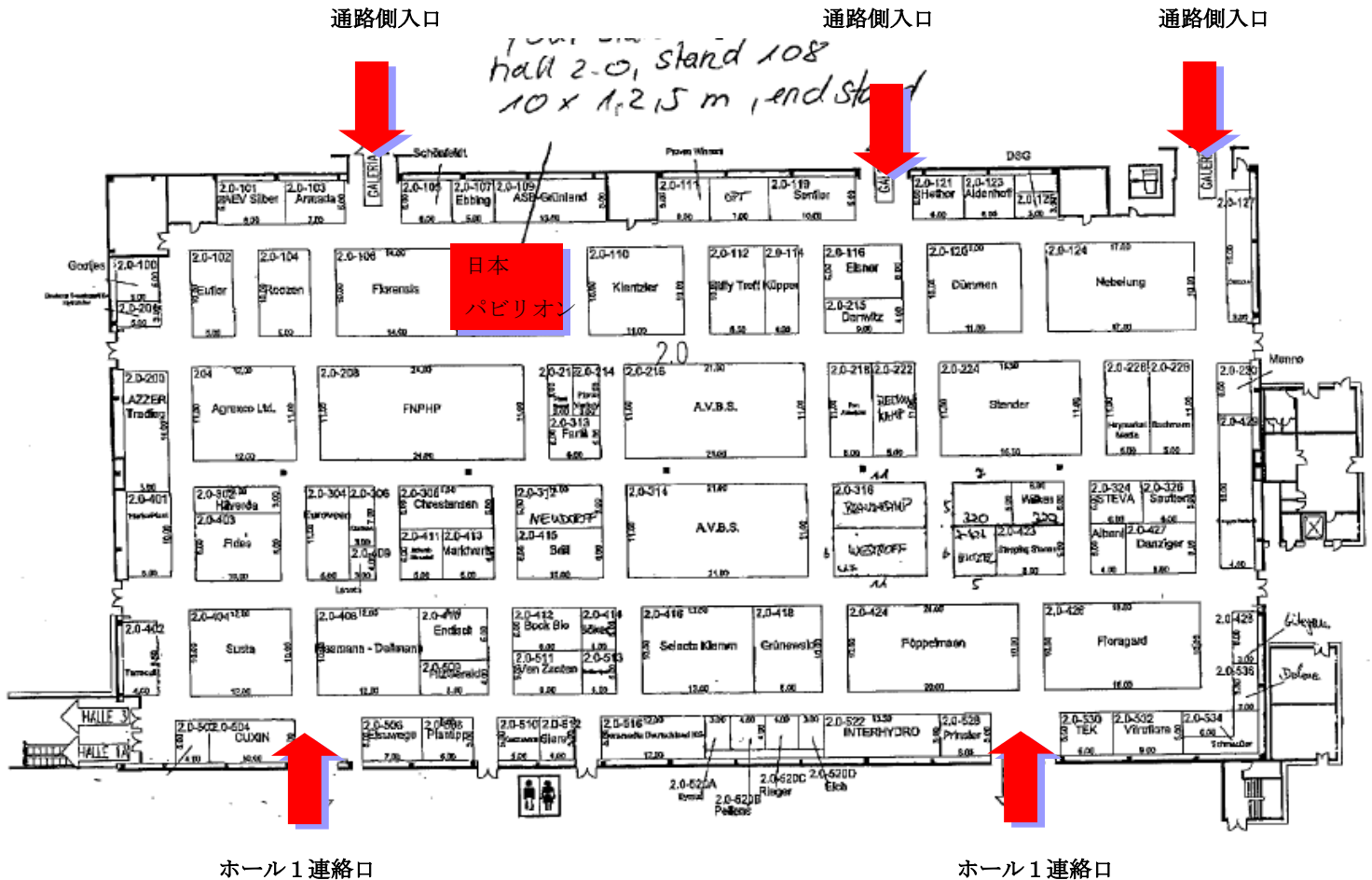


5. 展示会場 レイアウト

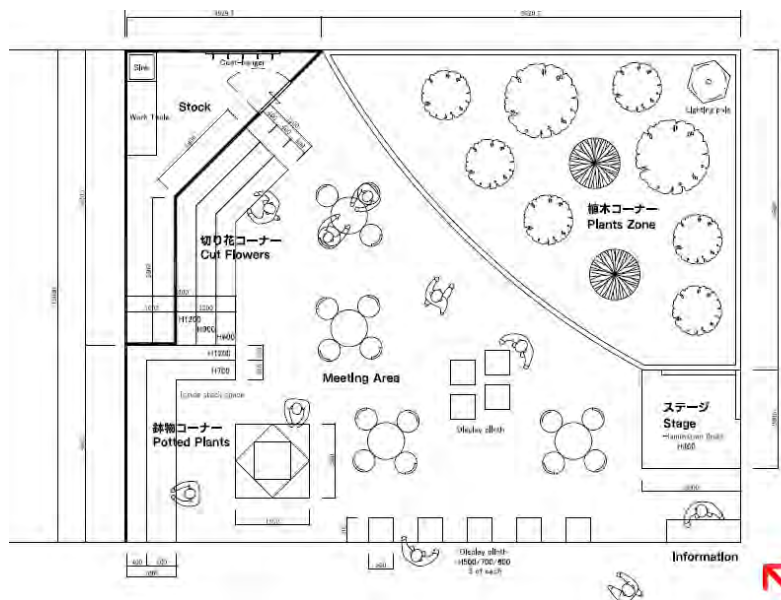


6. 展示会場内 日本パビリオン位置

サイズ: 10m × 12.5m = 125 m²



7. 日本パビリオン イメージ



* 実際の施工とは異なります。

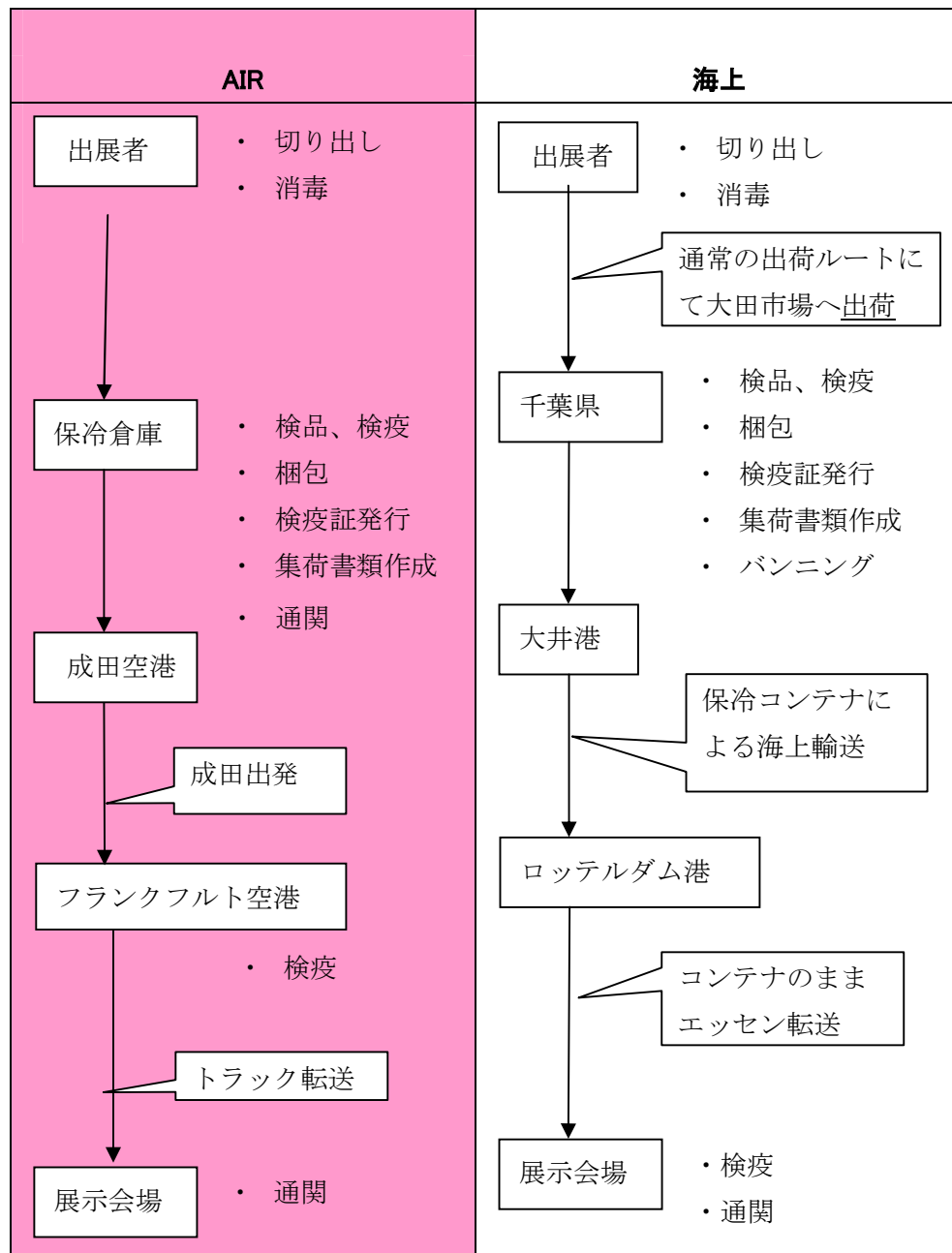


IPM 2010
Japan Pavilion
IMAGE-C

※上記はイメージとなります。実際のものとは異なります。

8. 基本ルート

出展に関わる花き及び資材については、下記輸送ルートを基本とします。



注：海上輸送に関しては、今後の状況に応じてスケジュールが変更となる可能性があります。

9. 梱包

IPM エssen 2010 に出展する花材につき、日本から展示会場までその品質を劣化させることなく輸送するため、各出展者は下記の点をご留意の上、以下の要領で梱包を行って下さい。

【切花】

- 展示会に出展する花材は、出荷前に**必ず消毒をして下さい**。輸出の際、検疫時に病害虫が発見された場合は輸出ができなくなります。
- 輸送所要時間が通常の国内での取引の場合と比較して長くなりますので、花材の品質保持のため、必要な処置をお願いします。
- 水は使用せず、エコゼリーで対応してください。
- 通気性をよくするため、各カートンに通風穴を開けます(カートンの強度維持に注意)。
- 梱包に際しては、**全ての花材をカートン(ダンボール箱)に梱包して下さい**。また、カートンについては、輸出用のダブル・カートンなど、航空機による輸出に耐える十分な強度を持ったカートンをご使用願います。(木材は一切使用しないようにして下さい)
- 輸送する花材の性質・性状、所要時間、輸送条件(振動、衝撃、温度)等を考慮し、花材の品質を劣化させることなく展示会場に届けるための梱包をお願いします。
- 輸送に使用する輸送機具は、トラック、フォークリフト、航空機、空港内で使用する航空機用パレットの荷役・移動機器、その他です。貨物の輸送中、荷役中、航空機の離着陸時等に、若干の振動と衝撃がありますので、しっかりと固定するようにしてください。

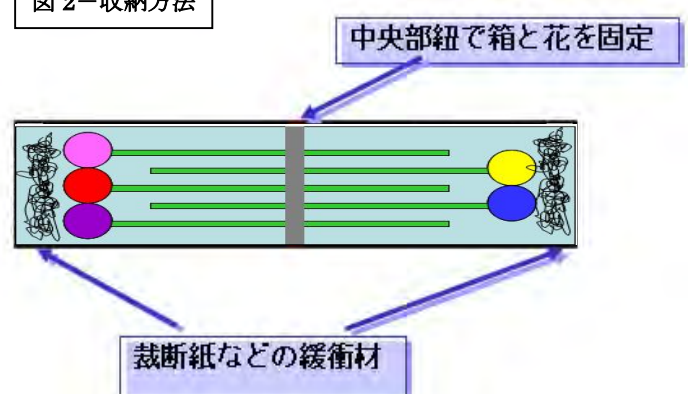
梱包手順

- ① 花材は品種ごとに束ねてください。
※ 解きやすいようにバンドルして束ねてください。
- ② 結露花材によっては各花束を新聞紙で包むなど、結露防止処置を行ってください。(図 1)
- ③ 花束は頭を互い違いに収納していきます(収納効率を高めるため)。(図 2)
- ④ 箱の両端にはシュレッダーを通した裁断紙のような緩衝材を入れてください。(図 2)
- ⑤ 箱の中央部で花と箱を紐で縛り、固定してください。(図 1、2)
- ⑥ 花材収納後、カートンの蓋はガムテープでしっかりと閉じてください。

図 1—新聞紙による結露対策



図 2—収納方法



【鉢物】

(1) 前処理

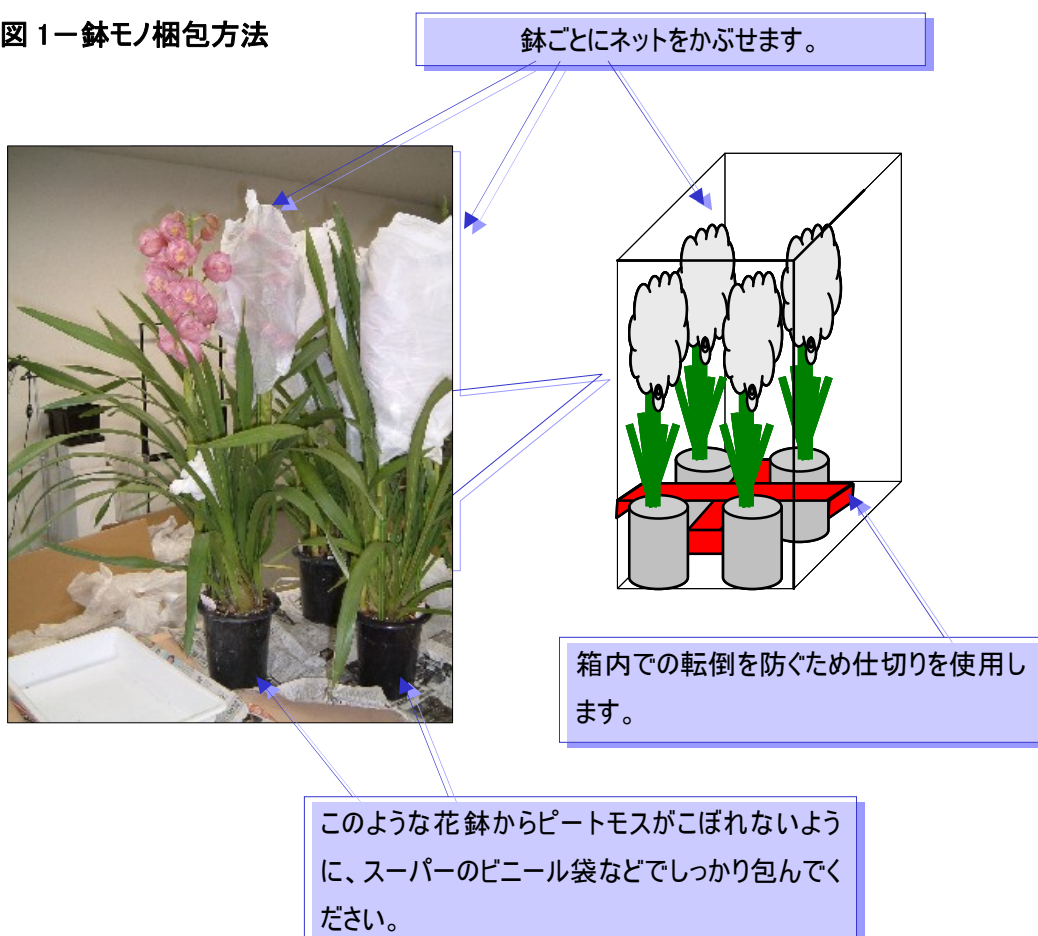
- カートン箱内での転倒などを防ぐための仕切りを用意してください。
- 盆栽等、カートンに梱包しただけでは安全性に不安が残る貨物については、出展者が梱包したカートンを輸送会社において更に木枠に梱包し、貨物の転倒等を防止します。早目にご相談下さい(木枠梱包する貨物については、フライト日の 12 日前までに、カートンの個数、カートンごとの重量、サイズをご連絡下さい)。

- ① 展示会に出展する花材は、出荷前に**必ず消毒をして下さい**。輸出の際、検疫時に病害虫が発見された場合は輸出ができなくなります。
- ② 通気性をよくするため、**各カートンに通風穴**を開けます(カートンの強度維持に注意)。
- ③ ランなどの場合は頭部へのダメージを防止するため、1 鉢ごとにネットをかぶせてください。

(図 1)

- ④ ピートモスは**絶対にこぼれ落ちることのないよう**鉢をビニールで包むなどしてください。

図 1ー鉢モノ梱包方法



(2) 梱包

- 梱包に際しては、全ての花材をカートン(ダンボール箱)に梱包して下さい。また、カートンについては、輸出用のダブル・カートンなど、航空機による輸出に耐える十分な強度を持ったカートンをご使用願います。(木材は一切使用しないようにして下さい)
- 輸送する花材の性質・性状、所要時間、輸送条件(振動、衝撃、温度)等を考慮し、花材の品質を劣化させることなく展示会場に届けるための梱包をお願いします。
- 輸送に使用する輸送機具は、トラック、フォークリフト、航空機、空港内で使用する航空機用パレットの荷役・移動機器、その他です。貨物の輸送中、荷役中、航空機の離着陸時等に、若干の振動と衝撃がありますので、しっかりと固定するようにしてください。

梱包手順

- ① 梱包前処理で花にネットを被せた状態で箱へ収納していきます。
 - ② 箱内の仕切りなどを利用し、鉢が上下左右に動かないようしっかりと固定してください。
 - ③ 1カートンあたりの重量は20KG程度までとします。
 - ④ 花材収納後、カートンの蓋は布製ガムテープでしっかりと閉じてください。
- ※ ラン等鉢物の場合には1箱あたり4鉢までとします。
- ※ ネットをかぶせた鉢の入ったカートンには必ず、ネットのスペアを同梱してください。

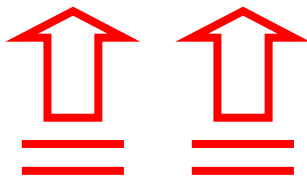
10. 外装表示

(1) 注意事項

カートンすべての外装に各注意事項を表示します。

- ① 「ケアマーク」を赤色にて必ず明記して下さい。

アップダウン



取扱注意

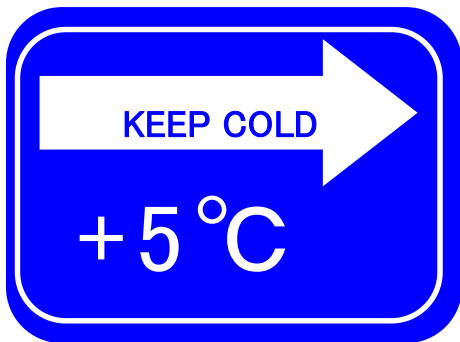


- ② 【Keep Cold +5°C】の温度表示シールを必ずしっかりと貼ってください。

温度表示シール:

切花の場合は5°Cで設定します。

表示例: 温度表示は見やすい場所へ。



注: 適正温度は各出展者に再確認させていただきます。

11. 会場内において

◆ セキュリティー

- ① 会場内では、出展者入館証(Exhibitor's Pass)を常に携帯するようして下さい。
- ② 出展者入館証(Exhibitor's Pass)は会期前日(1月25日)に会場にて配布予定としております。配布する場所と時間に関しては、追ってご連絡いたします。
- ③ パビリオン内にはパントリー(物置き部屋)がございますが、貴重品は必ず携帯し、自己責任で管理願います。
- ④ 自社で持ち込んだ備品などが一目で分かるように、社名などを記されることをお勧めします。
- ⑤ 会期中、会場は夜7時に全館クローズした後、翌朝8時まで再入館できません。会場に忘れ物をしないようにお気を付け下さい。高額な物品は必ずいったん会場から持ち帰るようして下さい。

◆ 会期前日準備

1月25日(会期前日)に出展者入館証をお渡しした後、会場内でオリエンテーションを行います。内容は以下の通りです。

- ① パビリオン内にて出展物搬入、装飾
- ② 全体オリエンテーション
- ③ 通訳の紹介と打ち合わせ。(御社パンフレット等を使って、商品の紹介ができるよう、教育してください。全体オリエンテーションの際にお引き合わせします。)

◆ 通訳

パビリオンには通訳(4名)がつく予定です。あらかじめパンフレットなど商材資料のご提供をお願い致します。また、会期前日に通訳と打ち合わせを致します。

◆ ご注意

- ① パビリオン内で大きな声や音を出さないで下さい。
- ② パビリオン内での出展者の飲食は基本的に禁止です。
(昼食等はパビリオン外でお取り下さい。また、水分補給や軽食等はパントリー内でも結構です。)
- ③ パビリオンではスーツ、ジャケットなどビジネスモードの服装をお願い致します。

◆ お願い

展示会開催期間中及び終了後に、農林水産省への報告と今後のより良い展示会運営のため、アンケート調査を実施いたしますので、ご協力の程よろしくお願い申し上げます。また、同じ目的で会期の様子を収めた写真やビデオも使用させていただきますが、予めご了承下さい。

12. 来場者誘致

ダイレクトメール

日本パビリオンの概略と出展者の皆様の会社名、出展品目のサマリーを記載した案内書をDMにて欧州地域の有力バイヤーに配布します。つきましては、出展される品目の写真や産地プロフィール、商品説明のご提供を **10月26日(月)**までをお願い致します。

※ 写真はできるだけ解像度の高いもの(300dpi以上)をご提供下さい。サイズが小さいものは引き伸ばした際に粗くなってしまいます。

枚数は 2,000 部を印刷する予定です。ご希望の出展者の方々にも必要部数分を配布致します。後日、改めて必要部数をお伺い致しますので、事務局までお知らせください。

配布予定時期： 12月中旬

Dear Flower & Plant loving Europeans

Japan is located from the subarctic to subtropical zone. The climatic uniqueness brings four distinct seasons. Also, the oceans encircling Japan enrich mountains with full green and provide rich fresh water resources. About 7000 varieties of plants are growing on the soil, of which 40% is said to be Japanese original.

The gifts from the nature cultivated Japanese tradition, enjoying the seasons and appreciating flowers and plants in daily life. In such environment, Japanese people raised are expressed by using flower and plant, such as "KEBANNA" (Japanese traditional flower arrangement), "BONSAI" (plant cultivation by special method), and "NIHON TEIEN" (gardening by placing flowers, plants, stones and ponds into one harmonized scenery).

At the IPM Essen 2009 Japan Pavilion, for the second occasion, Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan collected the distinctive flower and plant from all over the country.

This year's "Japan Pavilion" is designed as a Japanese style garden, "TEIEN". We are hoping you will enjoy the beautiful harmony and find out the cultivation quality of Japanese exotic flower and plant in the pavilion. We are also wishing that you will become Japanese flower and plant fan.

Ministry of Agriculture, Forestry and fisheries
Export Promotion

SHOW INFORMATION

Date:
Thursday January 29 to Sunday February 1, 2009
9:00-18:00

Exhibitors:
1,423 Exhibitors from 46 Countries
(Foreign exhibitors 714 / Ratio 50.2%) (2008)

Visitors:
60,000 people from 93 Countries. (2008)

Website:
<http://www.ipm-essen.de>

[Japan Pavilion]

Location:
Hall2-108

Products:
Garden Trees, Bonsai, Cut Flowers, Pot Flowers

Flower Arrangement Show:
By HANAWA
• Flower Design School of European style located in Japan in Chigasaki
Location: Japan Pavilion
Time: 11:00-12:00 and 15:00-16:00 (24th - 27th)

More information on the exhibitors in the Japan Pavilion:
www.istojapan.com



IPM
International Plant Meeting
2009
Essen Trade Fair Ground



JAPAN PAVILION

IPM ESSEN 2009
29 JANUARY - 1 FEBRUARY 2009
ESSEN TRADE FAIR GROUND, GERMANY

Organized by
Ministry of Agriculture,
Forestry and Fisheries of Japan

Operated by
Kinokuniya World Express Inc.

MAFF
Ministry of Agriculture,
Forestry and Fisheries
農林水産省

<http://www.maff.go.jp/e/ish1/>

Welcome to JAPAN PAVILION

We invite you to the fascinating culture of Japan, by showing you the latest knowing of artistic Cut/Pot Flowers, Orchids and Garden Trees, among its traditional beauty.

Especially "BONSAI" (miniaturization of trees grown in pots) that requires complicated techniques to grow, is the traditional beauty which we proudly present to the world.

We introduce you to "BONSAI" from one of the major producing district, Chiba, Japan.

"BONSAI" has been inspired from the period of Tokugawa, 400 years ago, and Japanese bonsai has developed its localization of techniques and aesthetics.

We will be introducing the advanced, newly-bred flowers, along with Cut/Pot Flowers, Orchids and Garden Trees, and are prepared to provide you useful ideas of them for your business!

Although it is limited space and time, we would like you to enjoy the image of Japanese garden, and feel the Asian beauty from our items.

It would be our pleasure for you to experience the "W" (wonderful) and the "R" (harmony) of Japanese traditional beauty at Japan pavilion.

Let us share the fantastic time with Japan pavilion!

技匠



EXHIBITOR PROFILE

- 1 Aikawa, Ltd.
Buttercup winter hazel
- 2 ALPHAJAPAN, LTD.
Philadelphus orchid
- 3 Federation of Miyazaki Prefectural Economic and Agricultural Cooperative
Sawtooth
- 4 FLOWER HEART
Tulip
- 5 FUCHI SHOU, INC.
Blue leaved holly, Japanese holly, etc.
- 6 JAPAN FLOWER CULTURE ISHII FARM
Flowering Quince
- 7 Kanama Satsuki Bonsai Export Development Association
Succul.Azalea, Japanese white pine
- 8 MUKOYAMA ORCHIDS CO., LTD.
Cymbidium, Odontoglossum, Pansy, Orchid, etc.
- 9 MURAKAWA SEED CO., LTD.
Stock, etc.
- 10 SETOUCHI FORESTRY COOPERATIVE
Japanese lily-palm
- 11 SUMIKA AGROTECH CO., LTD.
Russet prairie geranium
- 12 Toyota Orchid Club
Cymbidium
- 13 TSUBERI TECH CO., LTD.
Sabbie, Sea lavender

ポップカード

出展品の品名や特徴、情報などが記載されたポップカードを出展品毎に作成いただきます。

出展品のアピールポイントを活かせるよう自由なデザインで作成していただきますが、用紙サイズは指定となります。なお、ポップカードの印刷は事務局が行いますので 11月20日(金) までにデータのご提供をお願いいたします。

制作サイズ

切花、鉢物：L版サイズ

植木、盆栽：A4版サイズ

< 参考例 >



13. 会期中イベント

フラワーアレンジメントショー

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ショーイベントを1日1回(3日間)実施する予定です。

場所	日本パビリオン内特設ステージ
日時	2010年1月26、28、29日 13:00~14:00(予定)
デモンストレーター	花阿彌・久保先生以下講師の方々(予定)

【昨年度の様子】



お茶会デモンストレーション

日本パビリオンの話題性の創出や日本花き文化の普及効果を目的とし、日本庭園を背景にしたお茶会デモンストレーションを実施する予定です。

場所	日本パビリオン内特設ステージ
日時	2010年1月27日(水) 13:00~14:00(予定)
デモンストレーター	裏千家 倉本先生(予定)