

平成 22 年度
海外ビジネスネットワーク構築事業
ジャパンパビリオン設置
IPM Essen 2011

実施報告書

平成 23 年 3 月
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 IPM2011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(2011年実績)	5
(2) ジャパンパビリオン概要	5
(3) 会期スケジュール	5
(4) ジャパンパビリオン出展者リスト	6
(5) 展示会場概要	7
第2章 IPM2011におけるジャパンパビリオンの運営	
1. 事業全体の流れ	10
2. 運営内容の詳細	
(1) 出展者募集	10
(2) 出展者説明会の開催	11
(3) 出展品について	12
(4) 出展品の物流	13
(5) ジャパンパビリオンの設営	16
(6) 通訳の配置	20
(7) 来場者誘致やプロモーション	20
3. 会期中の詳細	
(1) 出展者オリエンテーション:1月24日	22
(2) IPM会期本番:1月25日~28日	22
第3章 成果と事務局所見	
1. 成果	28
2. 出展者の評価(会期1週間後の出展者総合アンケート)	28
3. 事務局所見(展示会総評と課題点について)	40
4. 海外での花き園芸見本市出展にあたって	41
※ 参考資料1:出展者募集用ウェブサイト	45
※ 参考資料2:海外閲覧用ウェブサイト	51

はじめに

本報告書は、平成 22 年度海外ビジネスネットワーク構築委託事業によりジャパンパビリオンの設置、運営を行った、ドイツ・エッセン市における国際園芸見本市「IPM Essen 2011」での展示・商談活動について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 29 年までに一兆円水準にするという政府目標の実現に向け、各種の輸出促進対策事業を実施している。海外ビジネスネットワーク構築事業（ジャパンパビリオン設置）は、日本産農林水産物・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 2011 にジャパンパビリオンを設置し、輸出意欲のある 9 社・団体への商談支援の場を提供した。

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。

尚、本事業は農林水産省が株式会社近鉄エクスプレス販売に委託して実施した。

平成 23 年 3 月

第1章 IPM Essen 2011 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、ロシアを中心とする開催地ドイツの近隣地域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 にジャパン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するものである。

2. 事前の抽出課題と事業目標

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。販路の創出、拡大及び商材の紹介にあたっての課題と方針は以下の通り。

■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価格が高い（おおむね 1.5 倍～3 倍程度）
- ・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為、卸市場や輸出商社などの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。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

- ・限られたスペースで最も有効な展示を行い、生産者が1アイテムからも出展ができるように、出展者毎に小間割りをせず、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。
- ・我が国の花き生産者は小規模生産者が多く、それら生産者の輸出意欲を高めないことには輸出規模の拡大に繋がらない為、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。
- ・現地言語（ドイツ語、英語）に堪能な通訳をそろえ、商談時のコミュニケーションを円滑に行える環境を設定する。

3. 開催概要

(1) 展示会プロフィール (2011年実績)

開催地	エッセン (ドイツ)
名称	IPM Essen 2011 (HP : http://www.ipm-messe.de)
会場	Essen Trade Fair Ground
会期	2011年1月25日(火)～1月28日(金) (4日間) (開場時間 : 9:00～18:00)
出展規模	総展示面積 : 43,575 m ² 出展者数 : 1,508 (47ヶ国 : 対前年比 99.8%)
主催	Messe Essen GmbH (メッセ・エッセン)
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	58,220人 (対前年比 101.8%) (主催者速報値)
参加業種	花き業界関係者

(2) ジャパンパビリオン概要

出展者数	9企業・団体 (昨年度は 11企業・団体)
参加規模	125 m ² (10m × 12.5m)
会場内位置	ホール 2A-19

(3) 会期スケジュール

日程	主な内容
1月21日(金)～24日(月)	パビリオン施工
1月22日(土)	植木搬入
1月23日(日)	植木展示作業
1月24日(月)	切花、鉢物搬入 切戻しと水上げ、展示作業 出展者オリエンテーション、通訳との打合せ、 パビリオン装飾完了
1月25日(火)	IPM Essen 2011 初日 (10:00～11:00 IPM オープニングセレモニー) (11:00～11:15 VIP デリゲーション)
1月26日(水)	IPM Essen 2011 2日目 (14:00～14:30 盆栽剪定ショー)
1月27日(木)	IPM Essen 2011 3日目 (14:00～14:30 盆栽剪定ショー)
1月28日(金)	IPM Essen 2011 4日目 展示会終了後撤収作業

(4) ジャパンパビリオン出展者リスト

No.	生産者名	所在地	出展物
1	ちば農林水産物貿易振興会	千葉県	サンダーソニア (切花、球根、種)、ツバキ (切り枝)、はらん (切り葉)
2	豊明花き株式会社	愛知県	切り花 (バルブ付き洋蘭、ヒマワリ)、鉢物 (オンシディオダ、ワイヤープランツ、ドラセナ、デンドロキラム、ディネマ、シクラメン)
3	有山緑化繁殖株式会社	埼玉県	植木 (キンメツゲ、キャラボク、ドウダンツツジ、サツキツツジ、ヤマボウシ、ナツツバキ、モミジ)、鉢物 (タマリユウ、フィリヤブラン、コクリユウ)
4	株式会社 向山蘭園	山梨県	鉢物 (シンビジウム、オドントグロッサム、ミルトニア、ファレノプシス、ジゴペタラム、オンシジウム)
5	雪印種苗株式会社	北海道	シクラメン
6	花き輸出振興協議会	東京都	切り花 (グロリオサ、オキシペタラム、スイートピー、ストック、ユーストマ、アルストロメリア)
7	有限会社あかざ	千葉県	盆栽 (シンパク)
8	有限会社いとう商事	千葉県	植木(イヌマキ)
9	Feel at	愛知県	鉢物 (ディネマ、エンシクリア、シンビジウム、シラン)

(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=00000000>

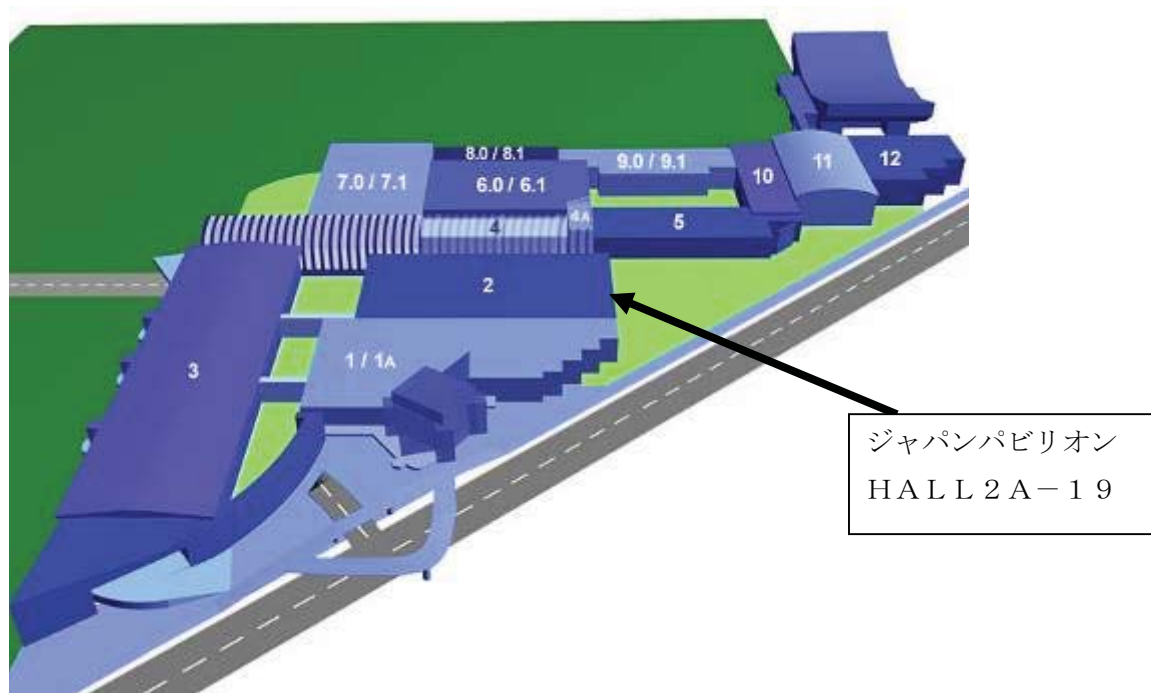


◆展示会場平面図

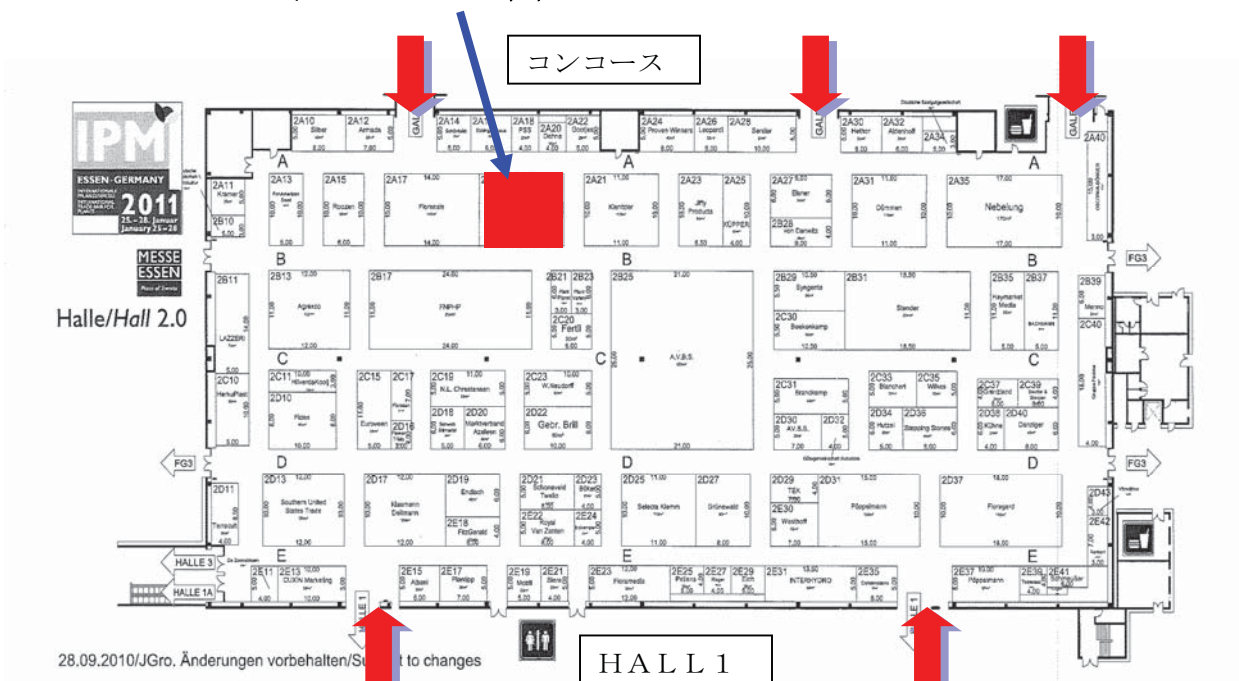
展示面積が11万平方メートルあり、18のホールが互いに直接繋がっている。特記すべきなのは、ホール3で、ヨーロッパで最も長い、柱のない外からの光が射すホールと、スター建築家マリオ・ベリーニ Mario Bellini によるギャラリーである。その他、合計2万平方メートルの屋外会場が4つあり、サンルームが3つある。

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。ジャパンパビリオンは過去3回とも人気の高いHALL 2で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。

【詳細図】



◆HALL 2内 ジャパンパビリオン位置



◆エッセン会場までの出展物輸送ルート



海上輸送（植木）はオランダ・ロッテルダム港より陸路でエッセン会場までコンテナごと搬送。
 航空輸送（切花・鉢物）はドイツ・フランクフルト空港で通関・検疫後に陸路で会場へ搬送。
 （輸送に関する詳細は13頁を参照）

◆展示会場周辺地図



Messe Essenまでは、Essen 中央駅から地下鉄 U17で5分、Messe East 駅と Messe South 駅が最寄り駅となる。

◆会場アクセスマップ

地下鉄が充実しているエッセン市内



第2章 IPM 2011におけるジャパンパビリオンの運営

1. 事業全体の流れ

2010年	7月23日	出展者募集開始、ウェブサイトにも募集要項をアップ
	9月30日	出展者募集を終了、選考開始
	10月07日	出展者決定、通知
	11月05日	近鉄エクスプレス大手町本社・特別会議室にて出展者説明会を開催 (14:00~16:00)
	12月14日	植木のコンテナ詰め(日本からの輸送を必要とする有山緑化繁殖株式会社の圃場にて実施)
	12月17日	植木の海上輸送:大井港出航
2011年	1月15日	植木 ロッテルダム港到着
	1月19、20日	切花・鉢物の指定倉庫搬入(オークネット浦安倉庫にて)
	1月21日	切花・鉢物の航空輸送:成田空港出発⇒フランクフルト空港
	1月22日	植木の会場搬入(※搬送車両故障により搬入日を23日→22日に変更)
	1月23日	植木の展示・装飾作業
	1月24日	切花・鉢物の会場搬入、展示・装飾作業、出展者オリエンテーション
	1月25日	IPM Essen 第1日目
	1月26日	IPM Essen 第2日目
	1月27日	IPM Essen 第3日目
	1月28日	IPM Essen 第4日目 撤収・搬出

2. 運営内容の詳細

(1) 出展者募集

■募集案内の作成

海外ビジネスネットワーク構築委託事業及び本見本市の基本コンセプト、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Word形式により用意し、ダウンロードが可能な様式とした。

■「出展申込書」の受付

メール添付又はファックスにより、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出展目的や意欲等について詳しく回答をしてもらった。

■出展者の決定

「出展申込書」に基づき、必要に応じて簡単なヒアリングを実施。農林水産省規定の採点表に基づき評価を行った。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。その後、農林水産省と協議した上で出展者決定をした。

(2) 出展者説明会の開催 (2010年11月5日 至:近鉄エクスプレス本社内 特別会議室)

参加出展者を集めての説明会を開催した。本事業の目的や、本見本市出展に関する概要説明、各出展者及び事務局員の紹介等を行った。尚、出展物の輸送については出展品目により手続きが異なる為、本説明会では基本事項の案内とし各々の必要手続きなどについては、後日個別に説明案内を行った。



説明会式次第

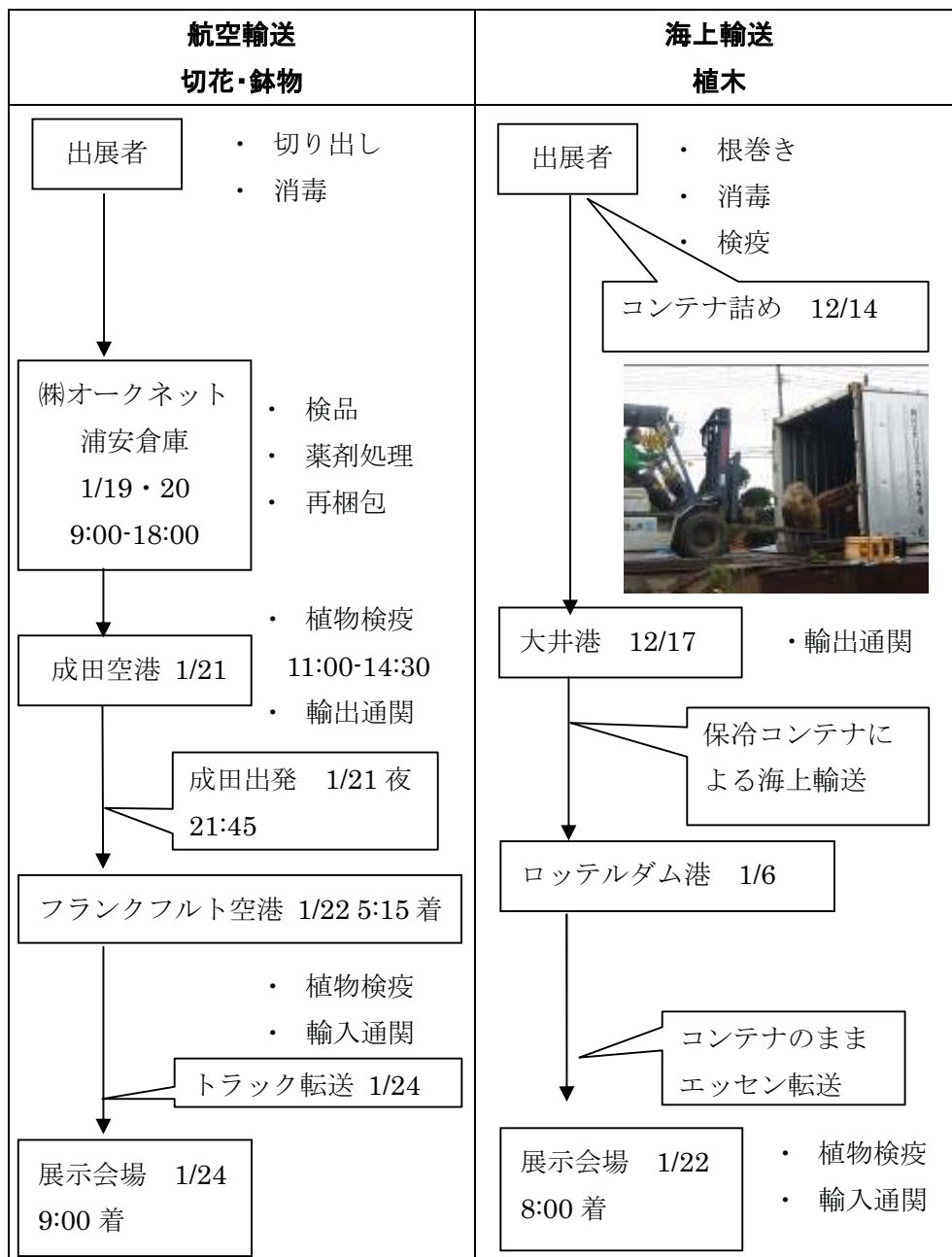
- 14:00 開会に先立って (名刺交換)
- 14:10 プロジェクト事務局代表挨拶 (近鉄エクスプレス販売 木村雅人)
- 14:15 農林水産省代表挨拶 (農林水産省花き産業振興室 松本賢英)
- 14:25 事業受託会社代表挨拶 (近鉄エクスプレス販売 井上博)
- 14:30 出展者紹介、プロジェクト関係者紹介
- 14:40 出展の概略について (近鉄エクスプレス販売 内堀修自)
- 15:30 輸送について
- 15:40 質疑応答
- 16:00 閉会

※敬称略

(3) 出展者と出展品

出展者 (生産者)	Figure	出展品名	
		日本名	英語名
有山緑化繁殖株式会社	Garden tree	キンメツゲ	Japanese Box
有山緑化繁殖株式会社	Garden tree	キャラボク	Japanese yew
有山緑化繁殖株式会社	Garden tree	ドウダンツツジ	Enkianthus perulatus
有山緑化繁殖株式会社	Garden tree	サツキツツジ	azalea
有山緑化繁殖株式会社	Garden tree	ヤマボウシ	Kousa Dogwood
有山緑化繁殖株式会社	Garden tree	タマリユウ	Ophiopogon japonicus
有山緑化繁殖株式会社	live plants	フイリヤブラン	Variigated lily turf.
有山緑化繁殖株式会社	live plants	コクリユウ	Ophiopogon planiscapus
有山緑化繁殖株式会社	Garden tree	ナツツバキ	Japanese stuartia
有山緑化繁殖株式会社	Garden tree	モミジ	Acer palmatum
ちば農林水産物貿易振興会	Cut Flower	サンダーソニア切花	Sandersonia cut flowers
ちば農林水産物貿易振興会	Tuber	サンダーソニア球根	Sandersonia tubers
ちば農林水産物貿易振興会	Seed	サンダーソニア種子	Sandersonia seeds
ちば農林水産物貿易振興会	Cut plant	ツバキ 切り枝	Camellia
ちば農林水産物貿易振興会	Cut leaf	はらん 切り葉	Aspidistra
ちば農林水産物貿易振興会	Cut leaf	はらん 切り葉	Aspidistra
豊明花き株式会社	Cut Flower	バルブカット洋蘭切花	Bulb-cut orchid flowers
豊明花き株式会社	live plants	オンシディオダ	Oncda
豊明花き株式会社	live plants	ワイヤーブランツ	Muelenbeckia
豊明花き株式会社	live plants	ドラセナ	Dracaena
豊明花き株式会社	live plants	デンドロキラム	Dendrochilum
豊明花き株式会社	live plants	ディネマ	Deinema polybulbon
豊明花き株式会社	Cut Flower	ヒマワリ	Sunflower
豊明花き株式会社	live plants	シクラメン	Cyclamen
株式会社向山蘭園	live plants	シンビジウム交配種	Cymbidium Hybrids
株式会社向山蘭園	live plants	オドントグロッサム交配種	Odontoglossum Hybrids
株式会社向山蘭園	live plants	ミルトニア交配種	Miltonia Hybrids
株式会社向山蘭園	live plants	ファレノプシス交配種	Phalaenopsis Hybrids
株式会社向山蘭園	live plants	ジゴペタラム交配種	Zygopetalum Hybrids
株式会社向山蘭園	live plants	オンシジウム	Oncidium Hybrid
雪印種苗株式会社	live plants	シクラメン	Cyclamen
花き輸出振興協議会	Cut Flower	グロリオサ ニューレッド	Gloriosa 'New Red'
花き輸出振興協議会	Cut Flower	オキシペタラム	Tweedia caerulea
花き輸出振興協議会	Cut Flower	スイートピー	Lathyrus odoratus
花き輸出振興協議会	Cut Flower	ストック	Stock
花き輸出振興協議会	Cut Flower	ユーストマ	Eustoma
花き輸出振興協議会	Cut Flower	アルストロメリア	Alstromeria
有限会社いとう商事	Garden tree	イヌマキ	Podocarpus macrophyllus
有限会社あかざ	Bonsai	シンパク	Juniperus chinensis 'Sinpaku'
F e e l a t	live plants	ディネマ	Dinema polybulbon
F e e l a t	live plants	シンビジウム	Cymbidium
F e e l a t	live plants	シラン	Bletilla striata
F e e l a t	live plants	エンシクリア	Encyclia

(4) 出展物の輸送



- 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。他法令（注1）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。）
- 現地での検疫は、会場搬入後

注1：CITES（Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Floraの略）でワシントン条約のことを意味する。本見本市での該当出展物は、キャラボク、オンシディオダ、デンドロキラム、ディネマ、シンビジューム、オドントグロッサム、ミルトニア、ファレノプシス、ジゴペタラム、オンシジューム、シラン、エンシクリア。尚、シクラメンは栽培用品種であった為、CITESの申請は不要。

出展花材は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あげを行う。

■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。



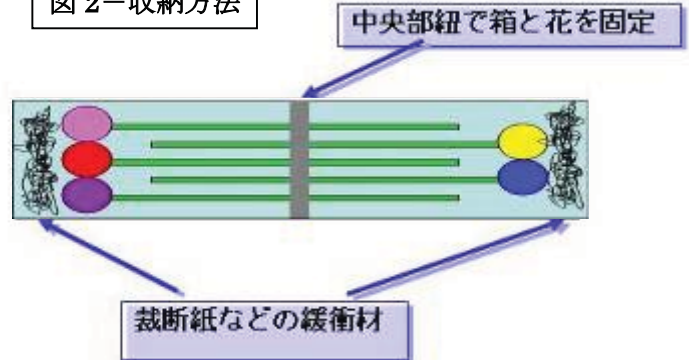
【梱包手順】

- 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ダ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



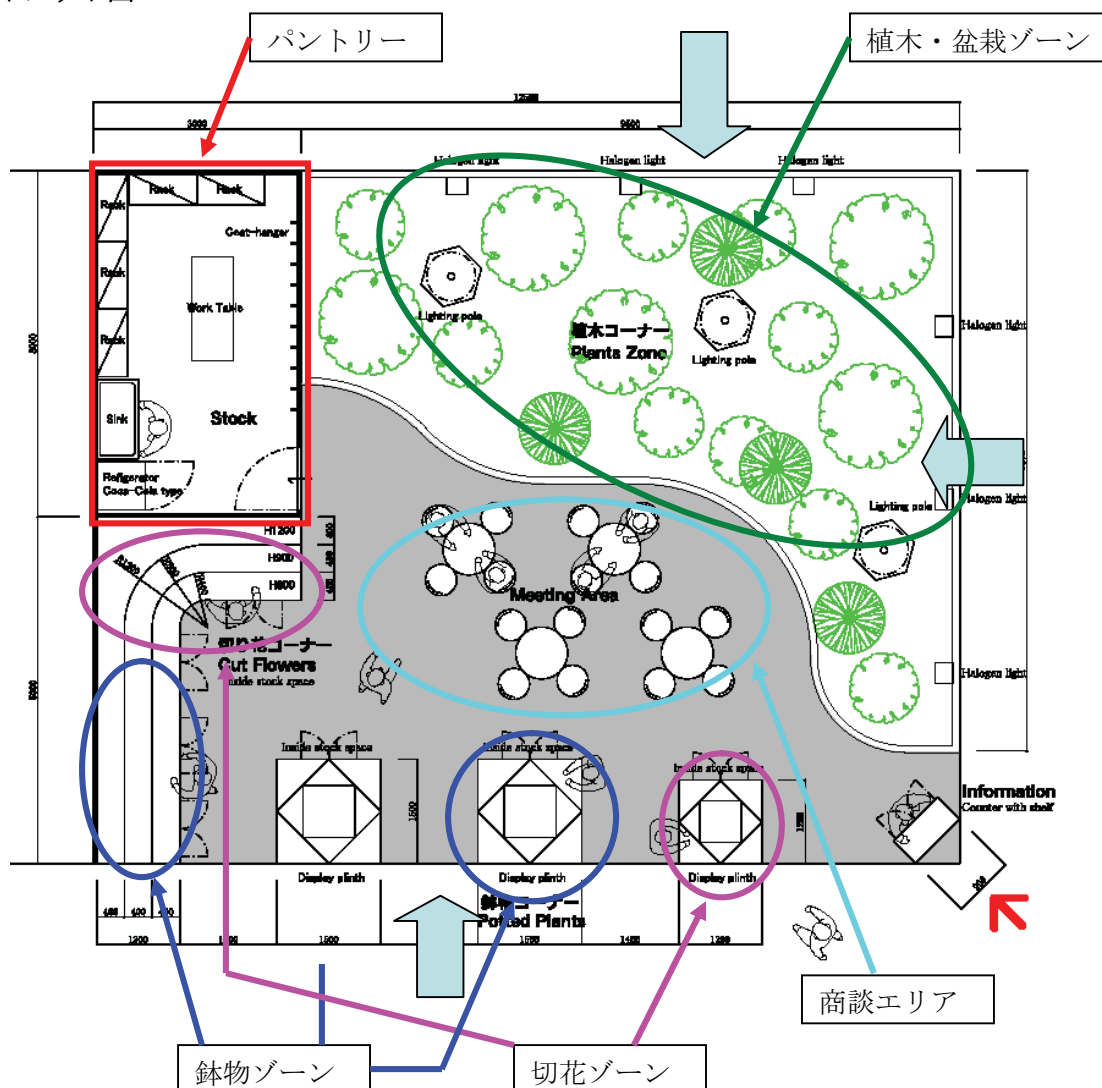
Hall 2.0, Stand 2A19
C/NO.

(5) ジャパンパビリオンの設営

パビリオンのデザインは、海外での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、来場者が入り易く、且つ零細生産者も1アイテムから出展ができる設計とした。
- サイズは、10m×12.5mの125㎡。隣接パビリオンを後ろ手に、3通路から入場できるように設定した。
- 色は白と黒を基調とし、華やかな装飾はせずいたってシンプルなデザインとし、出展品自体が主役となるような設定とした。
- 展示ゾーンは植木・盆栽ゾーン、鉢物ゾーン、切り花ゾーンの3エリアに分けて展示。来場者にとって目的の商材を見つけやすい展示とした。壁側（図面左）の切花・鉢物展示台を黒くすることにより、出展品の色合いが認識し易い工夫を行った。
- メイン通路側（図面下部）に沿って切花・鉢物用の3段ピラミッドを設置し、浮遊来場者に対し目につく展示をした。
- パントリーは作業の効率化と出展者の休憩場所確保の為、四角い形状とし若干広めのスペース（15㎡）をとった。

◆レイアウト図



◆施工：1月21日（金）～1月24日（月）

パビリオンの施工計画については、例年通り12月中旬に主催者に対し承認申請を行っていたが、1月中旬になって、これまで提出を求められていなかった建物の構造計算書の提出が必要となった（本展示会場で実施された見本市において死亡事故が発生した為、施工ルールが昨年に比べ厳しくなったとのことであった）。その結果、建物の強度の面から壁の高さを5mから4mに下げること、及び照明棟を固定する土台を付けることを会期直前に指示されパビリオンデザインに多少の変更が生じたが、施工実施に十分な期間があり予定どおり会期2日前の23日夜にはパビリオンの9割が完成。パントリー内の排水設備や照明の角度調整など細かい作業を24日の出展品展示後に完了した。

1月21日



1月22日



1月23日



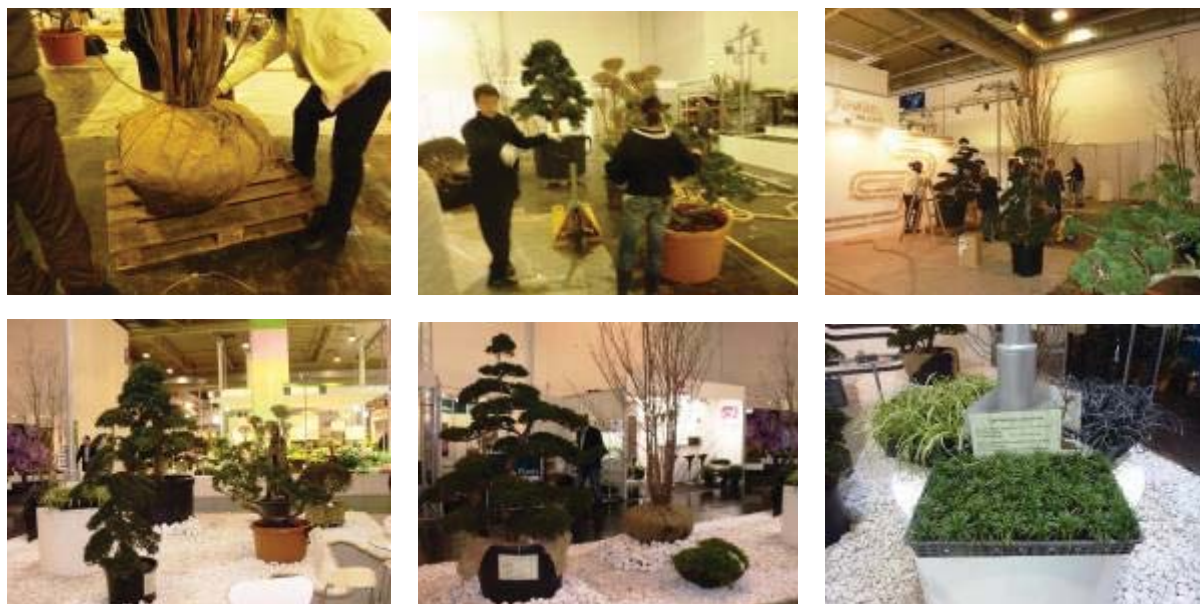
◆植木搬入：1月22日（土）

会期直前に植木配送トラック（有山緑化繁殖分）の故障により、急遽搬入日を23日（日）から22日（土）に変更。船便で先行出荷した20fコンテナは到着港のオランダ・ロッテルダムから陸路にて会場に到着。フォークリフトによって会場内に搬入した。輸送中の植木へのダメージは無かった。



◆植木設置作業：1月23日（日）

朝8時より植木出展者と事務局で設置作業を実施。あかざ（出展者）・赤座氏のアドバイスのもとハンドフォーク及び人力によって設置。バランス良い展示を心がけた。



◆現地植物検疫官による輸入検疫：1月24日（月）

会場搬入後、会期前日（1月24日）に植物検疫官による植木の検疫検査を行った。検査では特別な問題は発生せず、無事検疫を合格した。



◆切り花・鉢物搬入、装飾作業：1月24日（月）

航空便で出荷した切り花・鉢物はフランクフルト空港から陸路にて会場へ搬入。午前9時より搬入作業を開始。10時より出展者と事務局にて開封・装飾作業を実施。輸送品のダメージは無く、花の品質にも問題は無かった。

作業風景





展示風景



(6) 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日系人通訳（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。



(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

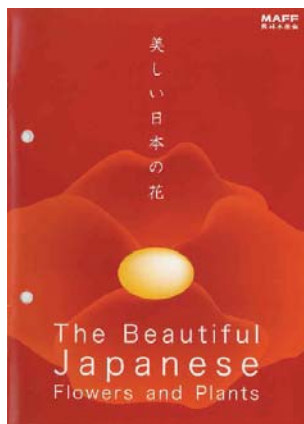
会期中の来場誘致を目的に、会期約2ヶ月前にジャパンパビリオンの概略と出展者の概要（会社名と出展品目）を記載したDMをドイツ及び周辺国のバイヤー宛に郵送又はメールにて配布した。世界一の花の取引量を誇るオランダのフローラ・ホルランドの買参人のプレビュールームにも置いてもらいジャパンパビリオンの周知を図った。

また、本DMは会期中もジャパンパビリオンの案内として来場者に配布を行った。



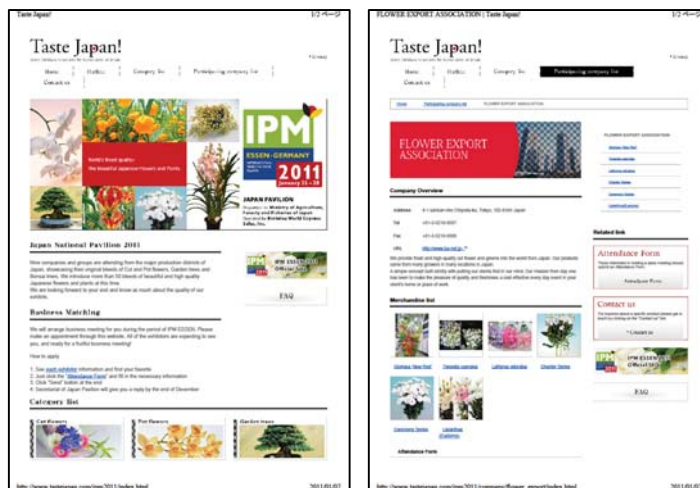
◆会場での配布物

会期中は上記DMに加え、農林水産省発行のパンフレット「美しい日本の花」の配布を行った。



◆海外閲覧者用ウェブサイト

目的訪問者の増加を目指し、ジャパンパビリオンの概要及び出展者情報、出展品情報を掲載した英語版サイトを作成。IPM来場予定者だけでなく、来場できないバイヤーへの情報提供を行った。本サイトには閲覧者から直接出展者へ問合せ等ができるメールシステムに加え、見本市期間中の商談予約ができる商談マッチングシステムを設定した。



残念ながら事前の申込みはわずか8件と少なく、実際に商談予約を入れても予定どおりの時間に来ないことや、全く現れないバイヤーなどもあり、このシステムの必要性と活用方法が今後の課題として残った。

◆プレス誘致について

会期一週間前にIPMでの出展を周知、そして会場への取材誘致を目的に新聞社や雑誌社に対しプレスリリースを行った。

会期中は幾つかのプレス関係者が日本パビリオンを訪れ取材を行った。今年は会期初日のVIPデリゲーションやIPMノベルティーショーでのダブル受賞もあり、日本パビリオンとしての話題性が高かった。



会期中取材に来たプレス関係者

- ・ DISZNOVENY KERESKEDELEM (フロリスト・ガーデンセンター専門誌／ハンガリー)
- ・ KERTESZETESSZOLESZET MAGAZIN (一般向け花き雑誌／ハンガリー)
- ・ 1a-mediaplacement (国内向け動画配信社／ドイツ)
- ・ Roef Eckhardt (フリーランス・ジャーナリスト→向山シンビジウムを撮影)
- ・ Engelbert kotter (園芸専門フリーランス・ジャーナリスト)
- ・ INFORMATOR SADOWNICZY (農業専門誌／ポーランド)
- ・ FLORISTS ONLY MAGAZINE (フローリスト専門誌／ルーマニア)
- ・ ARD (民放テレビ局／ドイツ→ノベルティーショー受賞 Tweedia(花き輸出振興協議会)の紹介)
- ・ DEGA Produktion&Handel((独庭園組合、生産と商業)専門誌／ドイツ→ノベルティーショー受賞作品(花き輸出振興協議会、向山蘭園)紹介)

3. 会期中の詳細

(1) 出展者オリエンテーション：1月24日（月）会期前日

午後14時より日本パビリオンにて参加出展者全員を集めてのオリエンテーションを実施。本見本市での目的の再確認、会期中のスケジュール、ジャパンパビリオンでのルール、設備等の説明を行った。オリエンテーション終了後、装飾作業の続きと通訳との打合せを行った。



(2) IPM 会期本番：1月25日（火）～1月28日（金）（各日9:00～18:00）

1月25日（初日）IPM オープニングセレモニー

午前10時よりIPM オープニングセレモニーが開催。ジャパンパビリオンを代表し、事務局2名、通訳1名、IPM ノベルティショー（新種コンテスト）参加者3社（5名）が出席をした。

本年は日独交流150周年を迎え、在デュッセルドルフ日本国総領事館の小井沼総領事が来賓として招かれ壇上での祝辞を述べた。スピーチの中では日本パビリオンや日本産花きについての言及があり、ジャパンパビリオンにとって大きなアピールの場となった。

また、今回からIPM ノベルティショーの授賞式がオープニングセレモニー中に行われ、向山蘭園及び花き輸出振興協議会が見事受賞を果たした。



IPM ノベルティショー2011

本イベントはメッセ・エッセンとドイツガーデニング中央組合の主催のもと毎年開催される新種コンテストで、ジャパンパビリオンでは有志による参加を募り、花き輸出振興協議会、豊明花き、向山蘭園の3社が出展をした。全体で29社・59種の新種が出展され、今回は7部門中の2部門でジャパンパビリオン出展者が受賞を果たす快挙となった。切り花部門では花き輸出振興協議会のオキシペタラム“ピュアブルー”が受賞。そして、IPM 審査員特別賞として向山蘭園の

シンビジューム“楊貴妃”が見事受賞を果たし、本イベントのハイライトとうたわれた。

これにより日本産花きの品質の高さを世界に向け発信する大きな機会を得ることができたと共に、出展者にとってこれからの販路拡大に大きく役立つことが期待される。

IPM 審査員特別賞 2011：向山蘭園（写真左）

シンビジューム“楊貴妃”

切り花部門：花き輸出振興協議会（写真右）

オキシペタラム“ピュアブルー”



V I P デリゲーション

日独交流 150 周年に伴い、会期最初に行われる V I P のデリゲーションでは、日本パビリオンが一番目の立寄り場所となった。主催者代表のハインリヒ・ヒープ氏、ドイツガーデニング中央組合代表のエルケ・ウェーバ氏、在デュッセルドルフ日本国総領事館の小井沼総領事、ドイツ花の精 2011 のクリスティア・サンダーさん、他多くの V I P ゲストとプレスを従え来場した。来場時には事務局の木村と(株)オークネット・尾崎氏が出迎え、日本産花きや盆栽技術について案内をした。日本パビリオンにとってデリゲーションは過去 4 回で初めてであり、非常に良いアピール材料となると共に、出展者自身のモチベーションの向上にも繋がった。



来場者の様子と商談時の様子について

会期中は多くの人々に来場してもらったが、例年に比べ全体的な来場が少なかった感がある。顔立ちや直接の声掛けなどにより、ドイツ国内だけでなく多くの国の人々が来場したことがわかった。残念なことに入場券が首から掛けるネームタグ制でないことや業種の記載がされていないこと、また来場者が必ずしも花き業界ではない一般人も混在していたことで、出展者が来場者それぞれの識別をすることが困難であった。

来場は最初の 2 日間が多いと予想していたが、1 日目が少なく先行きに不安を感じたが、2 日目・3 日目と徐々に来場が多くなっていった。1 日目はどの来場者も会場全体を足早に周り、ターゲットを絞った上で 2 日目以降にじっくり訪問するといった傾向が感じられた。1 日の来場のタイミングにも波があり、朝は少なく、11 時前後から昼を挟み 16 時頃までが多く、それ以降は少なくなっていくという傾向が毎日続いた。

来場者に出展物についての感想を聞くと、「非常にいいね」や「素晴らしいね」など良いコメントを多く聞くことができたが、一方で値段については高いという声も聞こえた。今回 IPM ノベルティーショーで 2 品受賞をしたこともあり、受賞出展物は特に来場者の目を引いた。また、これとは別に来場者の多くがスイートピー（花き輸出振興協議会出展）に興味を示し、出展者も予想

以上の反応に驚きを隠せない様子であった。植木・盆栽は例年どおり人気はあったが、昨年に比べバイヤーの来場が明らかに少なく感じた。

商談は、先ず出展品を前にバイヤーへのヒアリングも兼ね少し立ち話をし、その後商談席で具体的な商談へと持込んでいく出展者が多かった。各出展者はそれぞれ用意していた出展品資料、コスト表などを使って説明や案内を行った。着席での商談時間は昨年同様に比較的長く、平均して30分前後であった。中には2時間以上の商談も見受けられた。

来場風景



商談風景



集客イベントについて

出展者の商談を注力する為、事務局による集客イベントの開催は行わなかったが、出展者の（有）あかざ（赤座氏、飯岡氏）による盆栽剪定ショーが昨年好評であった為、今回も 2 日目、3 日目の計 2 回の開催を実施した。EU圏での盆栽人気があることや、現地でこのようなイベントが減多に行われないこともあり、その珍しさから数多くの来場者が日本パビリオンに詰めかけた。イベント中は赤座氏が日本の盆栽の素晴らしさや、剪定の仕方などについて説明を行い、飯岡氏が実際に剪定の実演を行った。どの来場者も興味深げに剪定の様子や説明を聞き入っていた様子が印象的であった。赤座氏も展示会で商品を見せるだけでなく、このようなイベントによって日本の文化を一緒に知ってもらうことが重要と話している。



他国パビリオンについて

ドイツ以外ではイタリア、オランダに次いでスペイン、ベルギー、フランス、デンマークといった国の企業出展が多く見られた。各社の出展場所は毎年ほとんど変わらないことから、どの企業も長期で継続出展をしていることが窺える。IPMが国際色豊かな展示会で在ると共にEUマーケットの重要性を垣間見ることができた。



▲イタリア



▲イタリア



▲イタリア



▲ベルギー



▲フランス



▲オランダ



▲イギリス



▲スペイン



▲スペイン



▲ニュージーランド



▲ハンガリー



▲ポーランド



▲ドイツ



▲ドイツ



▲チェコ

第3章 成果と事務局所見

1. 成果

会期中の出展者アンケートに基づきジャパンパビリオンにおける成果は以下のとおり。

■ ジャパンパビリオン来場者数（事務局調べ）

来場者数（人）				
初日	2日目	3日目	4日目	合計
330	550	650	520	2,050

※上記数字は事務局配布のパンフレット等の出数により集計

■ 日別商談件数

商談件数（件）				
初日	2日目	3日目	4日目	合計
45	56	75	50	226

■ 日別成約件数

商談成約件数（件）				
初日	2日目	3日目	4日目	合計
2	4	0	1	7

■ 日別成約見込み件数

商談成約見込み件数（件）				
初日	2日目	3日目	4日目	合計
8	8	9	4	29

2. 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、各社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）

出展事前準備について

Q1. 本展示会（IPM）での商談を進める為に工夫した点、及びその結果何ができたか。

- ・ 今回は製品を売るのではなく、種苗とヨーロッパには一般に流通してないと思われる物を中心に展開した。
- ・ パンフレットに栽培方法を記載した
- ・ IPM2011のJAPANブースに出展していることを、EU及びその周辺国のお客様（取引が発生していない先も含む）に事前に告知し、展示会中に会う予定を組んだ。それにより、今までメールのやりとりのみの方々とも会って話すことが出来た。また、取引先とは良いコミュニケーションをとる事ができ、現在の状況や、今後の来日予定などの話が出来た。

- ・ ①今年は、品評会に 2 アイテム出展し、受賞出来た事。②カタログを計画的に製作し、足りないほど配れた事。③ドイツの引き合いに答えるため、会期終了後、日本からのロジの面で卸会社と商談出来た事。
- ・ 商談資料の準備及び見込み顧客への事前連絡。多数の商談。対話から商談へのスムーズな移行。
- ・ 目標とする会社にブースに来ていただけるように、メール等でPRをした。
- ・ 前回の反省を踏まえ、商談し易いアイテム、実績をより残し易いアイテムを選定し臨みました。
- ・ 今回は、英語が話せる人を呼んでこちらから直接他のブースに行き交渉を行った。具体的な商談をすることができた。

Q 2. 出展物の輸送方法について

すでに出展国(ドイツ)で流通している商品であるため、今回の出展にあたり特段手続きはしていない。	1 社
出展国(ドイツ)にはまだ流通していない商品であるが、輸送するためのパートナーを既に持っていた。	-
出展申込にあたり、事前に輸送をするための輸送パートナーを探した上で、出展申込をした。	1 社
出展申込後(または同時に)に輸送パートナーを探した。	-
出展が決定した後に輸送方法を考える予定であった。(運営事務局からの紹介または見本市オフィシャルフォワードを使う予定であった。)	7 社

展示会について

Q 3. 全体的に見て、目的を達成するため今回の出展は役に立ったか

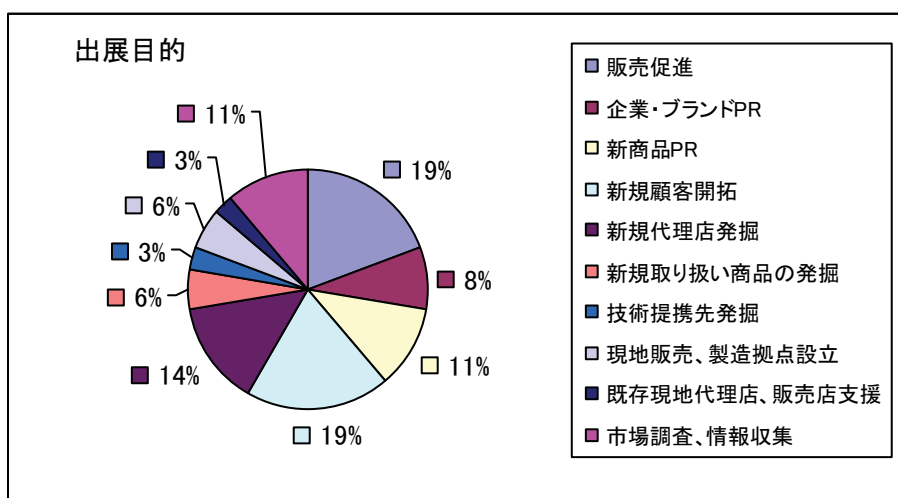
非常に役に立った	1 社
役に立った	8 社
やや役に立たなかった	-
役に立たなかった	-

Q4. 上記の理由

- ・ 製品の輸出を考えていた時よりも良い商談が出来た。通販業者や現地のオランダ式大量生産者に対抗すべく付加価値のある商品を作りたい生産者と知り合えた。日本からの輸出は保守本流を狙うのではなく、日本らしさを生かしたニッチな市場狙いが最善だと思われました。そんな価値観の方々と出会う場として場所的にもよい位置にあり有意義な展示会だと思われる。ただ前回に比べ来客数が少し減っているような気がする。
- ・ 今回は、切花、球根、種子と輸出できる全てを展示できた。
- ・ 盆栽ショーに参加させていただいたため、少しずつ出展物への関心が高まってきたように思えたから
- ・ 既存先とのコミュニケーションの充実。

- ・ これだけの関係者へのアピールは、1企業では出来ないこと。商談も同じく1企業では、アピール不足になる点など効果絶大。
- ・ 新規商材の販売が見込めたことや、今まで未対応であった地域への販売拡大が見込めるため。
- ・ 目標とする会社とコンタクトが取れ、試作を開始する事が出来た。それ以外にも有益と思われる会社とコンタクトが取れた。
- ・ 前回と比較し、選定したアイテムに対しての来場者からの関心も高く、問合せを含め商談に結び付いたケースが多かった為です。
- ・ 現物を見せることで 新規顧客の反応を直接聞けること

Q5. 今回 IPM2011 に出展した主たる目的と目的に対する満足度



目的	満足	ほぼ満足	どちらでもない	やや不満	不満
販売促進	2社	5社	—	—	—
企業・ブランドPR	—	1社	1社	1社	—
新商品PR	2社	1社	1社	—	—
新規顧客開拓	1社	5社	1社	—	—
新規代理店発掘	—	2社	3社	—	—
新規取り扱い商品の発掘	—	—	2社	—	—
技術提携先発掘	—	—	1社	—	—
現地販売、製造拠点設立	—	1社	1社	—	—
既存現地代理店、販売店支援	—	—	1社	—	—
市場調査、情報収集	—	2社	2社	—	—