

2019 年北京国際園芸博覧会
第 5 章 輸出促進 PR 用出品花き

出品者名：株式会社フラワー・スピリット（長野県）

品目名：ラナンキュラス *Ranunculus asiaticus*

展示期間：4月29日～5月10日



品種名：煌 ※ローヌ規格



品種名：ソフィア ※ローヌ規格



品種名：ソフィア ※カルノ規格



品種名：エニフ



品種名：愛の育み ※ローヌ規格



品種名：愛の育み ※カルノ規格



品種名：シャルロットオレンジ ※ローヌ規格



品種名：シャルロットオレンジ ※カルノ規格



品種名：パンドラ



品種名：タソス



品種名：ビュゼ



フラワーアレンジメントスタンドで使用した品種については、P.107 輸送花材リストを参照。

※フラワー・スピリット出荷規格について

ローヌ規格 花径 10.5cm 以上 早期に横芽を整理してある優れたもの 長さ 60～40cm

カルノ規格 花径 9.0cm 以上 早期に横芽を整理してあるもの 長さ 60～40cm

出品者名：Hananono（長野県）
品目名：シャクヤク *Paeonia lactiflora*
展示期間：4月29日～5月10日



品種名：三礼加

出品者名：JA グループ和歌山（和歌山県）
品目名：シャクヤク *Paeonia lactiflora*
展示期間：4月29日～5月10日



品種名：華燭の典



品種名：滝の粧



品種名：ポーラフェイ



品種名：ラテンドレス

出品者名：日本洋蘭生産協会（埼玉県、山梨県）
品目名：コチョウラン *Phalaenopsis Hybrid*
展示期間：8月24日～10月7日



品種名：桜姫



品種名：ソーゴマンタ



品種名：エムエスピンク アポロ



品種名：エムエスピンク パンダ



品種名：エムエスピンク ルパン

出品者名：株式会社センティア（富山県）

品目名：チューリップ *Turip*

展示期間：4月29日～5月10日



品種名：サンブカ



品種名：キャンディタイム



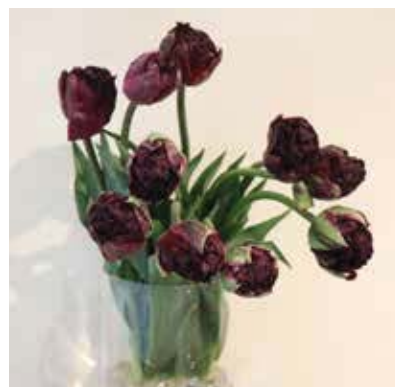
品種名：コロンブス



品種名：ストロングゴールド



品種名：アドーレ



品種名：パルミラ



品種名：マスコット



品種名：モナムール

出品者名：公益社団法人日本おもと協会（茨城県）

品目名：万年青（おもと） *Rohdea japonica*

展示期間：6月19日～10月7日



品種名：新生殿



品種名：瑞泉



品種名：紫雲楽



品種名：錦秀の松



品種名：麒麟獅子



品種名：海雪



品種名：関白



品種名：縞甲獅子



品種名：福の光

出品者名：日本観棕会 犬飼康祐（大阪府）

品目名：観音竹 *Rhapis Excelsa*

展示期間：9月21日～10月7日



品種名：七宝殿白縞



品種名：綾錦



品種名：金鳳錦



品種名：白雪の宝



品種名：達磨の縞



品種名：柴山錦



品種名：昭和錦



品種名：平成錦



品種名：白銀錦



品種名：東海錦



品種名：銀鈴



品種名：小判白縞



品種名：東和殿



品種名：小達磨錦



品種名：白鳥の縞

出品者名：公益社団法人日本おもと協会（茨城県）

品目名：万年青（オモト） *Rohdea japonica*

展示期間：9月14日～10月7日



品種名：鶴裳



品種名：富士の雪



品種名：縞獅子

出品者名：有限会社エフ・エー・ジー香花園（北海道）

品目名：デルフィニウム

Delphinium grandiflorum

展示期間：9月9日～9月14日



品種名：オーロラブルーインプ



品種名：センチュリオンスカイブルー

輸出促進 PR 用出品花きの検討について

コンテスト・輸出促進部会では、いままでに中国に輸出した実績のある花きについて市場関係者や輸出者に事前ヒアリングを行い、「中国輸出実績花材リスト」を取りまとめ今後の輸出 PR に有効な品目について検討を行った。委員からの意見では、「今後中国に向けた輸出 PR 花材として、ドウダンツツジやユキヤナギなどの枝物や実付きの枝物も現地で人気があり輸出数が増加している。周年供給が可能なトルコギキョウやデザイン性に富み人気のあるディスバットマム（スプレーキクの脇芽を取り除き、一輪の花に栄養を集中させることで大きく豪華に仕立てたキクのこと）、夏場には、リンドウやダリア、小花など日本国内でしか生産をしていない花材についても今後輸出の可能性があり、重点品目として検討をしてはどうか」とのことであった。

出品品種を募集するとともに、輸送品目を選定して花材を調達し輸送を行った。

冬場～初春の主力商品である、スイートピー、ラナンキュラス、シャクヤクなどは、生産時期が少し遅かったが、品種を厳選しオープニングまでに出品することができた。

日本から輸送する花材は、入れ替えやメンテナンス花材を考慮して約2週間に1回程度を目安に行った。夏場は、暑さや湿度により花の傷みやすい為、花の日持ちが短い時期には、1週間に1度花を輸送するときもあった。日本から輸送した花材は、現地でとても人気が高く来場されたフラワーデザイナー、園芸関係者、植木関係者、一般の来場者などからの質問や今後の取引について問い合わせを受けることがあった。

2019 年北京国際園芸博覧会
第 6 章 屋内出展の成果と課題

今後の国際園芸博覧会出展の参考とするため、第3回屋内出展運営委員会で、今回の出展の成果と今後に向けた課題について意見交換を行った。

1. 出展の成果

(1) 日本の花き園芸に関する情報発信

- ・農林水産省の屋内出展と国土交通省の屋外出展を「庭屋一如」というコンセプトによって、初めて同じ場所で一体的な出展を行って日本の花き園芸文化と庭園文化を来場者に広く伝えることが出来たことは、本博覧会の総入場者数9.3百万人の1割を超える1百万人の来場者があったことから分かる。
- ・これまでは、屋内展示と日本庭園が別の場所で行われていたが、日本国出展として一体化したことから、来場者にとって日本の出展場所が分かりやすくなった。
- ・展示・管理業務に合わせたバックヤード等の設置によって効率的な作業が可能となり、日本の高品質で多様な花きの品質を維持し、最良の状態でPRすることにつながった。
- ・花きの屋内展示と日本庭園の屋外展示の一体的な出展を継続することが望ましい。

(2) 花き園芸に関わる人材育成

- ・専門スタッフは展示会場の花きの管理や来場者の接遇の経験などによって、国際的な花き産業のトレンドや動向を知り、今後世界で活躍する人材の育成につながったのではないかと。
- ・専門スタッフが管理することで、高いレベルの花きの展示を維持することができ、来場者の満足度が高かった。
- ・今後も花き園芸に関わる人材の育成、活躍する場として、博覧会というイベントを活用することが望ましい。

2. 今後に向けた課題

(1) 情報発信

- ・本出展の情報をホームページやWeibo、Facebook（日・中・英）、屋内出展通信によっ

て情報発信したが、日本国内での広報が不十分で、花き市場関係者にも北京園芸博は知られていなかった。全ての市場にポスターを配布する等の取り組み、さらには日本から多くの者が訪問するための取り組みが必要。

(2) コンテスト出品

- ・北京園芸博では、設定されたコンテストカテゴリーが限定的であったため、日本及び海外からの参加は少なかったが、コンテストへ出品しやすい環境づくりが必要。
- ・コンテストでの受賞は、輸出増の契機となる。

(3) 花きの輸出増加

- ・来場者に、日本各地の多様で高品質な花きやいけばな、盆栽等の我が国の花き文化を実際に見て体感してもらうことにより、日本産花きの輸出が更に拡大することが期待される。
- ・商談スペースの設置、輸出促進PR用花きの展示での問合せ先の情報のQRコードによる紹介などの取組を実施したが、各国で様々な見本市が開催されている中で、園芸博では生産者のみならずその国の小売業者を呼び込んでアプローチするなど、園芸博がさらに輸出機会の増加につながるよう検討が必要。
- ・福島県のドウダンツツジ（枝物）が展示に使われ、輸出が増えたと聞いた。

(4) 業務運営

- ・説明会の開催、会場への入場方法など様々なシステムの頻繁な変更のたびに出展者に情報を提供していたが、関係者全員への周知と出展者間の情報共有ができないかとの指摘があった。
- ・メイン展示が切り替わる時は、閉園後に撤収して、花材を搬入し、次の展示の準備を行うことから、作業が深夜から翌朝までかかっていたが、展示者とスタッフの負担、そして働き方改革の観点から、今後入れ替え作業日を休館日とすること等を検討したらどうか。
- ・日本国出展の記念品や園芸用品へのニーズがあり、他国同様物販を検討したらどうか。