

# 2012年フェンロー国際園芸博覧会 政府出展屋内展示基本方針

## 1 はじめに

園芸最先進国であるオランダ王国で、1960年よりほぼ10年に一度開催されている国際園芸博覧会（フロリアード）は、世界各国から様々な園芸品が数多く出展される世界最大規模の園芸博覧会であり、別名「花のオリンピック」とも言われている。

本博覧会に対し、農林水産省は、1992年、2002年と過去2回にわたり政府屋内展示を実施し、我が国の園芸文化の普及や欧州向け輸出の増加など一定の成果を上げてきた。（1992年は、屋内展示部門で名誉大賞・フロリアード特別賞（グランプリ）を受賞。2002年は金賞を受賞。）

しかしながら、この10年間に、我が国の花き産業を取り巻く環境は大きく変化している。花きの輸入額が増加する一方で、国内の花き産出額は平成10年をピークに減少に転じ、過去10年間で約3割減少した。また、本年3月の東日本大震災で多くの花き産業関係者が罹災するなど、我が国花き産業はかつてない厳しい状況にある。

こうした内外の情勢を踏まえ、農林水産省は、花き産業関係団体をはじめとする園芸関係者や関係省庁と連携し、「2012フェンロー国際園芸博覧会（フロリアード2012）」に、以下のとおり屋内展示を行うこととする。

## 2 2012フェンロー国際園芸博覧会の概要

本博覧会は、2012年4月5日から10月7日の186日間、オランダ王国南部のフェンロー市内で、「自然と調和する人生」（**Be part of the theatre in nature, get closer to the quality of life**）をテーマに開催される。本博覧会には、約40の国や地域等が参加し、会期中には約200万人の来場者が見込まれている。

今回の屋内展示は、約66haの会場内の5つの出展エリアの一つ「グリーン・エンジン（環境にやさしいエネルギーの供給者としての園芸）」にある展示会場（Villa Flora）の2階に、250㎡の規模で、日本産花きをはじめとする各種園芸産品や日本の園芸文化の展示・紹介等を実施する。

### 3 出展テーマ

政府屋内展示を行う上で、出展テーマを設定し、明確なメッセージを示す必要があり、この設定には、フロリアード2012のテーマ「自然と調和する人生」との整合性を図りつつ、我が国の園芸産品・園芸文化を象徴するものとする必要がある。

出展テーマは、2012年フェンロー国際園芸博覧会政府出展屋内展示基本計画の策定までの作業の中で設定することとし、本基本方針では、出展テーマの設定に向けた方向性について示すこととする。

#### 【出展テーマの設定に向けた方向性】

我が国は、豊かな四季と多様な生物に恵まれ、古より花や緑が人間の生活とともに生きる文化を有し、これが園芸の面では、高度な品種育成力、栽培技術となって表れ、世界でも屈指の園芸大国となっていることを内外に発信する。

#### 【出展の視点】

##### ① 「過去」の園芸大国を発信

日本古来の生け花、盆栽、日本庭園、江戸時代の園芸文化水準の高さと種の多様性など

##### ② 「現在」の園芸大国を発信

日本の伝統文化の承継・変容と海外展開や園芸品種の多様性、栽培技術レベルの高さ、省エネや環境浄化への緑の活用など

##### ③ 「未来」の園芸大国を発信

世界最先端の園芸技術、魅力的な新品種、新たな花き空間の提案、更なる都市のグリーン化や園芸の持つ癒しの力の活用など

なお、本展示への来場者が、単に「見る」だけでなく、実際に「体験」することにより日本の園芸の心を日常生活に取り入れる出展となるよう、また、各時代の表現に一貫したストーリー性を持たせるよう配慮する。

### 4 出展の基本的考え方

#### (1) 目指すべき方向

我が国の花き産業の厳しい現状や東日本大震災等による被害等を踏まえ、本博覧会への出展が花き等園芸業界発展のきっかけとなることを目指す。

#### (2) 具体的方策

##### ①花き等園芸産業の振興

出展を通じ、花き等園芸産品の内外需を拡大し、花き等園芸産業の振興を図る。すなわち、世界最高レベルの我が国の新品種育成力の裾野の広さや栽培技術の紹介、輸出が期待できる品種の展示や商談機会の提供等により、我

が国園芸産品・園芸技術の国内外での評価向上と内外需の拡大を目指す。具体的には、

- 1) 切り花や鉢ものなどを展示するとともに、我が国の優れた「育種力」と「栽培技術」を併せて紹介する。また、品種コンテストへの積極的な参加等により、日本産花き等園芸産品の国際評価の向上と、輸出の拡大（特に知財輸出の拡大）を図る。
- 2) フロリアード出展で得られた日本産花き等園芸産品の高い評価（品種コンテスト入賞など）を国内外で広報し、国産花きの多様性や高い品質の認知度を高め、国内外の需要拡大を目指す。
- 3) 商業活動スペースの設置や商談日（コマーシャル・コンタクトデイ）の設定、海外関係者への広報や催事による集客等により、会期中の商談成約を目指す。

## ②日本園芸のファンや理解者づくり

出展を通じ、日本の園芸文化のファンや理解者づくりを行う。すなわち、日本の多様な園芸品種や、生け花、盆栽、日本庭園等の「自然と調和する」日本の園芸文化を紹介するとともに、それらが現代日本社会や海外でどのように変容し受け入れられているか等を紹介し、異文化の相互理解の増進と日本の園芸文化ファンの増加を図る。具体的には、

- 1) 日本産花き等園芸品種の多様性（日本開国前後の欧米プラントハンターの驚き）、生け花や盆栽、日本庭園等の日本の伝統的な自然と調和する園芸文化、自然と人間との共生を求める日本古来の社会風土等の「過去」を紹介する。
- 2) 日本の伝統文化の継承、変容と海外展開（生け花の新機軸、盆栽や日本庭園の海外での人気、天地人の考え方を取り入れたイギリスの庭園デザイナー、外国人の興味を引きそうなミニ盆栽）や、園芸品種の多様性や栽培技術のレベルの高さ等の「現代」を紹介する。
- 3) 植物工場をはじめとする日本の最先端の技術や魅力的な品種、花きのある生活に向けた新たな提案（花きを取り入れた和の空間）等の「未来」を紹介する。
- 4) 日本文化における「花や緑の効用」を整理し、紹介する。また、東日本大震災の被災地で生産された花きの展示や現地での花育の様子などを伝えることにより、被災地の生産者や関係者への支援を国内外で得るとともに、支援に対する感謝や日本の花や緑の安全性と素晴らしい力を世界にアピールする。

- 5) インターネットや海外の園芸雑誌、新聞等各種メディアを活用して、日本ブースの展示内容や日本産花き等園芸情報等を発信する。特にブログやSNS(ソーシャル・ネットワーク・サービス)など双方向のコミュニケーションを重視し、多くの国内外の理解者づくりに努める。また、日本各地の花のある風景や日本庭園等を映像で発信し、日本の花や緑に興味を持つ外国人観光客数の増加を図る。
- 6) 華道、茶道、盆栽の剪定や日本庭園の管理などのワークショップやデモンストレーションを活用し、「おもてなし」の精神など日本文化を実際に感じてもらえる体験の場を作る。

### ③業界の活性化と将来を担う人材の育成

出展を通じ、花き等園芸産業の活性化と将来を担う人材の育成を図る。具体的には、

- 1) 園芸製品の育種、生産、流通、販売、デザインから生け花、盆栽、庭園など業界各層から幅広くフロリアードへの参加(企画展示)を呼びかけ、出展に向けた議論や交流を通じ業界の活性化と相互連携を図る。
- 2) 将来を担う世代の花き等園芸関係者をオランダに派遣し、展示会場の管理・運営等を通じて世界の園芸関係者との人脈を形成するとともに、園芸教育システム、各種資格制度、先端栽培技術等の調査を現地で実施することにより、優れた制度や技術の導入を目指す。

## 5 展示・催事

### (1) 展示内容

- ① 「自然と調和する人生」というフロリアードのテーマ、「グリーン・エンジン」というエリア特性、屋内の2階という条件、250㎡という規模の制約、6ヶ月という長期にわたる会期等を踏まえ、明確なテーマとメッセージやストーリー性のもと、来場者の記憶に残る簡素でシンボリックな展示を行う。その際、一つの展示が来場者を魅了するだけでなく、全体テーマと個々の展示とのつながりを確保する。
- ② 過去から未来を通じた我が国の園芸の魅力的な姿と併せ、これを可能とする育種力、多様な生物資源、栽培技術、人々の繊細な感性等を展示する。
- ③ 花き等園芸製品の単なる展示にとどまらず、写真や映像等の様々な媒体を活用し、視覚(画像)、聴覚(音声)、嗅覚(香り)、味覚(味)、触覚(さわりごこち)など、五感を刺激し「発見」「体験」により来場者を楽しませる工夫を行う。
- ④ 来場者への展示の紹介や案内、海外花き関係者への説明等政府出展の総

合窓口となるインフォメーションカウンターを設け、来場者に対する様々な情報提供やサービスを実施する。

- ⑤ 地方公共団体や花き等園芸関係団体、民間企業等の企画展示については、政府出展のテーマとの整合性や他の展示とのつながりを考慮しつつ、それぞれの団体や地域の特色を生かせる展示とする。
- ⑥ 展示にあたっては不特定多数の来場者が訪れることを踏まえ、展示品の知的財産権等が確保されるように十分配慮する。

## (2) 商業的活動

- ① コマーシャル・コンタクトデイを設定し、海外園芸関係者を広く参集するとともに、関係者の人員体制を整え、出展者等による積極的な商談会を実施する。
- ② 本博覧会規則で認められている出展面積の2割の商業活動スペースを確保し、出展者等が有効に活用できるようにする。
- ③ 園芸博覧会の性格上、商談が前面に出過ぎることがないように、コマーシャル・コンタクトデイのビジネスマッチングには別会場を準備するなど一般来場者に配慮する。

## (3) 催事内容

催事の実施を通じ、来場者等に広く日本の伝統的な園芸文化を紹介し、諸外国との相互理解の増進への取り組みを実施するとともに、来場者に日本の花き等園芸文化を通じ楽しんでもらえるプログラムを実施する。

### ①開会式、閉会式、ジャパンデイの実施

フロリアードの開幕及び閉幕に併せ、開会式、閉会式を開催する。また、ナショナルデイやナショナルウィークに併せ催事を実施する。その際は、華道、茶道、盆栽の剪定、日本庭園の管理などの日本の園芸文化の実演や体験等による紹介、会場を盛り上げる演奏、演出等を実施し、来場者を楽しませる様々な工夫をする。

### ②その他催事の実施

華道や茶道、盆栽の剪定、日本庭園の管理などの日本の園芸文化の実演や体験による紹介等を実施し、展示効果を高める。

### ③現地日本人関係団体との連携

実施にあたっては、在蘭日本人関係団体等と連携し、ボランティアなどの協力を求める。

## 6 広報、啓発活動

### (1) 国内向け

開会前は、インターネットや園芸雑誌等を通じ、本博覧会について日本国内に広く広報を実施する。

会期中は、日本展示の様子や品種コンテストの結果等について国内向けの広

報を積極的に実施し、日本産花き等園芸品の認知度や関心度を高める。このため、現地での話題等のトピックス、催事、品種コンテストの結果等を整理して、花き等園芸関係の新聞や雑誌等マスメディアへの投げ込みや来場するマスメディアを対象とする案内やブリーフィング等を積極的に実施する。なお、地方からの出展者を考慮し、その地方のテレビ局や新聞等マスメディアへの情報提供についても配慮する。

また、ブログやSNSなど双方向のメディアを用い、会期終了後もコンテスト受賞作品の情報提供等に努める。

## **(2) 海外向け**

日本の展示会場に多くの来場者を呼び込むため、日本の展示の内容等を英文HPで紹介するとともに、欧州等海外の雑誌、新聞への掲載等を実施する。

また、現地での話題等のトピックス、催事、品種コンテストの結果等を整理して、花き等園芸関係の新聞や雑誌等マスメディアへの投げ込みや来場するマスメディアを対象とする案内やブリーフィング等を積極的に実施する。

# **7 業界の活性化・人材育成**

## **(1) 業界の活性化**

10年に一度という貴重な機会を利用し、花き等の育種、生産、流通、販売、デザインまでの各層から、企画展示への参加、品種コンテストへの出品や催事への参加・協力等様々な形での参加を促し、花き等園芸産業の活性化を推進する。さらに、園芸業界と他業界との今後の協力や連携のきっかけ作りを目指す。

## **(2) 人材育成**

育種、生産、流通、販売、デザインなど花き等園芸産業各層の人材、さらには異業種からの人材等を運営スタッフとして現地に派遣し、会場の管理・運営や企画展示等を通じた世界の園芸関係者との人脈形成を図るとともに、国際的に活躍できる人材の育成を図る。また、世界の園芸教育システム、園芸に関する資格制度など世界の園芸の最先端技術の調査を実施し、我が国への普及を図る。