

2023年ドーハ国際園芸博覧会
第6章 日本国屋内出展の成果と課題

1. 出展の成果

(1) 日本の花き園芸等に関する情報発信

本博覧会の開催テーマは「Green Desert, Better Environment(緑の砂漠, よりよい環境)」であったため、緑化・農業技術等の展示およびPR動画の放映を実施する情報発信コーナーを設置することで日本に高い技術力などを来場者に理解いただける機会になったと考える。

また、日本から輸送したPR花材を展示することだけでなく来場者による人気投票を実施した。概ね来訪者には好評であるとともにより展示品をより鑑賞していただく機会をつくることでスタッフが展示品について質問を受けることが見受けられ、高品質の日本の花きを多くの来訪者に伝えることが出来た。

なお、本博覧会の総入場者数4,220,000人の約5%にあたる199,127人が日本国屋内出展へ来場した。



(2) 国際園芸家協会(AIPH)国際ガーデニングコンテスト等

日本国屋内出展は屋内出展部門にて最高位である「金賞」を受賞し、高い評価を得た。

また、PR展示用として日本から輸送していた花きについて9品種が最優秀品種(Best Product Award)賞としてエントリーされ受賞した。なお、今回は国際園芸家協会(AIPH)主催の品種コンテストは実施されなかった。



(3) 花き園芸にまつわる人材の育成

本博覧会には、花き専門スタッフとしてフラワーアレンジメントと流通関係から花き専門スタッフが参加した。広く人材育成を実施する観点から募集要項にて過去の園芸博覧会における花き専門スタッフの参加実績を1回以内としたため1名のみが花き専門スタッフ経験者であとの8名は未経験者であった。しかし、期間中のフラワーデモンストレーション実施および物販コーナーにおける自身の作品展示など活発な活動を実施するとともに高いレベルの花き展示を維持することができ、来場者の満足感に貢献することができた。

また、新たな同じ花き業界でありながらもなかなか交流の機会の少ない人たちが一緒に現地での花き管理業務を経験することにより今後の人的交流に繋がる機会となったとの評価を得た。

(4) メイン展示の募集 / 展示替え

過去の園芸博覧会出展では、メイン展示は基本2週間単位で実施し、原則、出展者が荷受の立会い・施工・ブース説明・維持管理・撤去などすべてにおいて実施することを出展参加の条件としていた。今回の募集からは、希望者には現地事務局が代理で実施し、出展者の負担を軽減をすることで目標としていたメイン展示の小間数を埋めることができた。

入替については前回のフロリアード2022出展より展示替え日を設けて日中の作業とした。来場者にも展示装飾やフラワーデザインの展示替え作業の様子を公開したことは大変好評であった。

2. 今後に向けた課題

(1) 花き輸送(検疫・通関)

テスト輸送について、前年度に開催国へ花きの輸送テストを切花・鉢物の各1回を行い、輸送における品質保持や検疫・通関での課題を把握した。しかしながら、テスト輸送以降に開催国の検疫当局からの正式な禁止品目の情報がなくEXPO 2023 Dohaが指定する公式フォアダーが開催直前に決定するなど混乱があり現地で得た検疫・通関・輸送情報の提供を随時出展・出品関係者等に行う結果となった。

なお、本博覧会開催期間を通じて頻繁に日本から切花・鉢物など展示する目的で輸送するのは出展参加国の中でも日本国屋内出展特有な事項であるため検疫・通関・輸送に関してEXPO 2023 Doha が想定できていないケースが多数あると思われる。今後は参加国契約など初期の段階から開催国・EXPO 2023 Doha に情報提供をし明文化する可能性の検討も必要である。

花き輸送において、本博覧会期間直前までCOVID-19後の多少影響を受けたが特段大きな影響はなかった。むしろ輸送コストの増嵩や、円安により費用面でも大きな影響を受けることになった。今後この状況が長引くようであれば日本からの花きの輸送方法を再検討する必要がある。

(2) コンテスト

EXPO 2023 Doha には、前回のフロリアード2022の課題であったコンテスト情報の早期提示をお願いしていたが、コンテスト概要の提示がされたのは開幕日の数カ月前であった。

日本国農林水産省ほかからも品種コンテスト実施の強い要請をEXPO 2023 Doha およびAIPHに実施したが結論として品種コンテストは実施されなかった。日本からの出品準備に十分な時間があるとは言えない状況となった。今後の国際園芸博においても、開催者への働きかけなどを通じ、早期の情報提供を要請する必要がある。

(3) 花きの輸出拡大

我が国の出展では、高品質の花き等の展示を実施することでコンテスト受賞を含めて、日本産花きの評価を高めることに大きく貢献したと思われる。このような国産花きや海外の花きの評価に関する情報を国内の生産者等花き業界関係者にフィードバックすることが重要である。

一方、前回のフロリアード2022の課題であった以下の課題について取り組んだ。

- ・ 特に花きの輸入業者等への情報提供についてはカタール国内の花き輸入業者に開催期間中に日本から輸送したPR花材について、SNS等にて花材の情報提供を実施し興味のある花材については現地事務局で問合せを受ける方法を実施していた。カタール国内の花き輸入業者からの問合せはなかった。
- ・ マッチング・商談機会の創出が必要であったためカタール国内の花き輸入業者を通じて現地の高級ホテル関係者を日本国屋内出展ブースに來訪いただき観覧後にメイン展示出展者マッチングを実施した。(5社程度参加する旨報告を受けていたが当日は1社であった)
- ・ PR花材ごとに品種の画像とその出品者等の情報を記載したQRコードを表示したカードを設置した。
- ・ 日本国屋内出展区画内に商談コーナーを設け、出展者には商談等に活用できる旨周知した。(利用率は低かったが一部出展者の方には活用いただいた。)
- ・ ビジネス意見交換会に十分な時間の確保と人選のバランスについて課題があったため、開催時間は約60分間で前回のフロリアード2022同様であったが、参加者をカタール国内の花き輸入業者2名と日本国内市場関係者3名にしぼり1名当たりの発言時間を確保するとともにビジネスに直結する花き関係者のみの参加とした。(意見交換会終了後も双方コンタクトをとるということで合意があった。)

