

平成 24 年 3 月版

平成 23 年度  
農林水産省補助事業

平成 23 年度

輸出倍増サポート事業のうち「販売拠点構築対策」

(シンガポール)

成果報告書

株式会社 なにわ花いちば

平成 24 年 3 月

## 1 事業の目的

シンガポールへは、これまで定期的に花が輸出された事はないが、これまでに、なにわ花いちばでは市場開拓を目的として、予備調査や予備試験輸送を行ってきた。同国は、東南アジアの物流や金融のハブとして近年成長が著しく、昨年から相次いでオープンしたカジノや高級ホテルが牽引役となり、日本の花への需要も過去になく高まってきている。そこで、同国にアンテナショップを設置し、現地での日本の花の認知度の向上と、将来のマーケット構築への起爆剤とする事を目的に、事業を展開した。

## 2 事業実施国・地域における農林水産物・食品の市場特性

世界トップ3の花き消費国に名を連ねる日本を除き、花き消費文化は近年になって近代化が始まり、ことシンガポールを含む東南アジアは高級品の花の消費は近年オランダ産の切花が安定的に輸入されるようになったところである。オランダは官民を挙げて世界の主要マーケットと有望マーケットの双方に広報普及活動を業務需要者および一般消費社の双方向けに戦略的に展開することを何十年も継続して行っており、シンガポールでは高級な花＝オランダの花というイメージが既に定着しているが、日本産花きの海外への輸出に対する機運の高まりは近年高まり始めたばかりであり、東南アジアで最も高級品マーケットが大きいとされるシンガポールでの認知度は、消費者には皆無というのが現状である。

東南アジアの経済・貿易のハブであるシンガポールには、富裕層はもちろんのこと、中流階級についての経済力が高まってきており、生活必需品以外の嗜好品の消費も活発になりつつある。花は他の農産物と異なり嗜好品に該当するが、シンガポールではカジノや高級ホテルの建設ラッシュにあり、現地政府の積極的な外資企業誘致により花を生活の中で重要な要素と考える傾向にある欧米人の居住者も増えている。また、現地でのパーティー需要も増えてきていることから、高級な花への需要が急激に伸びてきており、既にオランダをはじめとする他国は、シンガポール向け花き輸出を本格化させはじめている。

また、シンガポールは東南アジアの貿易ハブとしても重要な国であり、実際に花の世界でもオランダや中国、ニュージーランド、南アフリカなど世界各国から輸入された多岐にわたる種類の花を、インドネシア、ブルネイ、マレーシア、フィリピンなどの他の東南アジア諸国へ再輸出するビジネスが現地花卸のなかでも活発化している。また、東南アジア諸国の若者で将来フローリストを目指す者の多くがシンガポールのフラワーデザインスクールで学び、ディプロマ資格を取得して本国に戻る傾向が高いことから、シンガポールは東南アジア諸国で将来の花き産業を担う若手の育成国としても重要度が年々高まってきている。

シンガポールにおける従来型のフラワービジネスでは、中国産や隣国のマレーシア産の安価な花を大量に使ったボリューム感のあるアレンジや空間装飾を好む傾向にあっ

たが、上記のような近代化が進む中で、消費者指向も高級商材へと少しずつ変化しつつある。このような過渡期にあって、最安値の中国産の花とそれをカバーする意味でのマレーシア産や台湾産の花に加え、高級商材としてのオランダ産や、シンガポールでは栽培が不可能な洋蘭シンビジウムを生産するニュージーランド産の切花はすでに無くてはならない商材となっている。また、シンガポール独特の市場特性として、花き流通面では卸売と小売を同時に行う業者が多いことがあげられる。ごく一部の小規模業者が卸売専業でビジネスを行っているが、大手花き業者と呼ばれる企業の殆どが小売りと卸を同じ店舗で行っているところは、日本やオランダとは大きく異なる市場特性である。

いずれにせよ、シンガポールの花き消費市場は中国産の切り花を中心とした薄利多売から、西洋スタイルを取り入れた高付加価値型の消費へとステップアップし始めた過程にあり、中長期的な視点で見ると高単価商材の需要は今後ますます高まりを見せるものと考えられる。

### 3 事業実施国・地域における日本産農林水産物・食品の普及状況

花き業界における海外向けの輸出は、生鮮食料品の輸出と比較すると極めて歴史が浅く、4年ほど前から少しずつ活性化しはじめてきたところである。農林水産業全般の輸出ビジネスの中でも過去にほとんど実績がないゆえに、今後の成長が期待できる分野である。

切花については、ここ3年ほどの間にアメリカ向け輸出が成長し可能性が広がりつつある。しかし、人口数十億人という巨大なマーケットであるアジア向けについては成功事例が皆無である。鉢物の輸出事例としては旧正月（春節）需要に合わせた中国向け輸出のみが定着した事例となっているが、年間を通じた販路の拡大が実現していないのが現状である。

シンガポールでは、日本食材はすでに現地マーケットに浸透しており、工業製品とならんで日本産品の評価は非常に高く、日本産品はすでに高品質で安心して消費できるものとしてブランド化が進んでいる。

一方で、花き輸出においてはこれまで輸出に取り組む事業者がアメリカ、ヨーロッパという花の消費先進国向け輸出に注力してきた事もあり、アジア向けには香港への輸出に対する取り組みが始まったにすぎず、シンガポール向けには切花、鉢物ともに商業ベースでの輸出はまだ定着していないのが現状である。

日本国内の花きマーケットは世界的に見ると大きな市場ではあるが、高齢化と人口の縮小方向という現状を鑑みれば、今後の個人消費量の爆発的な伸びは期待できない。国内での生産状況をみると、生産規模の縮小や離農が徐々に進行しており、これまで築き上げてきた、世界最高品質の花を生産する国として、世界から注目されはじめた日本の花き生産が衰退することが危惧されている。

一方、日本をのぞくアジア地域は人口が増加傾向であり、東アジアの経済・貿易のハ

ブとしての香港、そして東南アジアの経済・貿易のハブであるシンガポールには、富裕層はもちろんのこと、中流階級についての経済力が高まってきており、生活必需品以外の嗜好品の消費も活発になりつつある。花は他の農産物と異なり嗜好品に該当するが、シンガポールではカジノや高級ホテルの建設ラッシュにあり、現地政府の積極的な外資企業誘致により花を生活の中で重要な要素と考える傾向にある欧米人の居住者も増えている。また、現地でのパーティー需要も増えてきていることから、高級な花への需要が急激にのびてきており、既にオランダをはじめとする他国はシンガポール向け花き輸出を本格化させはじめている。

また、シンガポールは東南アジアの貿易ハブとしても重要な国であり、実際に花の世界でもオランダや中国、ニュージーランド、南アフリカなど世界各国から輸入された多岐にわたる種類の花を、インドネシア、ブルネイ、マレーシア、フィリピンなどの他の東南アジア諸国へ再輸出するビジネスが現地花卸のなかでも活発化している。また、東南アジア諸国の若者で将来フローリストを目指す者の多くがシンガポールのフラワーデザインスクールで学び、ディプロマ資格を取得して本国に戻る傾向が高いことから、シンガポールは東南アジア諸国で将来の花き産業を担う若手の育成国としても重要度が年々高まってきている。このようにシンガポールは東南アジア諸国の花き国際流通のハブであるとともに、都市機能の近代化と富裕層の増加による地場消費能力の向上傾向にあるシンガポールは、今後東南アジア向け花き輸出を拡大する上で重要な国であり、この市場特性を最大限活用する事で日本の花の輸出を拡大することが可能であると考えられる。

これらの状況から、まだシンガポールでは殆ど認知されていない日本の花の認知度を向上させるために、人口の大半を占める中華系シンガポール人にとっての正月である『春節』シーズン、そして現地で花の需要が春節に次いで多い『バレンタインデー（情人節）』のある2月など、花の需要が年間を通じて最も多い冬の需要期に効率的に一般消費者に向けて日本の花の美しさと品質の高さ、ライバルであるオランダ産の花よりも多彩で長持ちするという日本の花のアドバンテージを直接訴求することによる需要喚起と、アンテナショップ開設による購入機会の創出が販路開拓において必要である。この課題を解決することにより、日本の花に関心を持ちながらも輸入を躊躇している業務需要者（花卸およびフローリスト）に対して輸入を後押しすることが可能となると考えられる。日本の花の認知度が皆無に等しいシンガポールにおいては、消費者に対する需要喚起を行う活動を数日のイベントではなく数ヶ月にわたって継続的に展開することが課題といえる。



(写真) シンガポールの花屋の屋外スペースでの季節商材販売の様子

写真は現地受け入れ先の小売店の屋外売り場での昨年のクリスマスアイテムの販売の様子であるが、写真左側のもみの木はアメリカから40フィートの海上コンテナで輸送された高級品である。日本の花はまだブランド化されておらず、一般消費者の認知も皆無に等しいが、このように一旦定着するとダイナミックな販売が展開できるのがシンガポールの花き消費の特徴。

#### 4 販売拠点の概要

##### (1) 設置期間

平成24年2月8日～3月31日

##### (2) 設置箇所

国・地域名：シンガポール共和国

都市名：シンガポール市

店舗名：Japan Bloom Antenna Shop

設置面積：14.7 平方メートル

##### (3) 販売拠点のコンセプト

日本の花き商材は多岐にわたり、出荷月によってサイズも形状も大きく異なることから、移動が可能な陳列什器を設置し、商品陳列ゾーンの移動がフレキシブルに行える店舗設計とした。

シンガポールには日本の花をメインに扱う花き小売店がなく現地消費者にとって日本の花はなじみがないことから、商品の単品販売を行うとともに、バレンタインデー前の需要期にはアレンジメントの販売も展開し、現地消費者の自宅ですぐに楽しんでもらえる商材の提案も展開した。



(図) アンテナショップのフロアイメージ

#### (4) 販売拠点の選定理由

店舗設置場所はシンガポール最大の花屋街であり、毎日多くの花き需要者、消費者が足を運ぶエリアである。短期間での設営・広報・販売を同時展開すること、現地花き業界の意見も踏まえ、販売拠点の設置については、花屋街の一角に設置することとした。

#### (5) 販売拠点の設置状況

販売拠点には毎週1回、全国の生産者から募った花き商材を航空便で輸送し販売を行った。設置初期の数週は入荷日を週初め、週中、週後半とずらして送り、販売状況の検証を行った結果、週初めに輸送して週末に可能な限り売り切る出荷形態が、最もロスが少ない販売が可能であるという結論となり、2月後半からは毎週月曜日に航空便で輸送し、火曜日から現地店頭にて販売を開始するサイクルで固定した。なお、水曜日はアンテナショップのある Thomson Road に多数のホテルをはじめとする業務需要のバイヤーが訪れることから、火曜日の販売開始は業務需要の喚起のためのショーケースとしても最も効果的に機能した。販売拠点では、日本の花の水揚げ方法や管理方法を現地スタッフに指示を行い、日本の花の品質の良さを保つことができたようにした。



(写真) 完成した販売拠点の様子。



(写真) 花のプロ・アマを問わずたくさんの人たちが日本の花に関心を持ち来店した。

## 5 出品产品及び販売產品

【出品者数：74 販売產品数：44 販売品種数：172】

No.	出品者名	品目	販売產品名	備考
1	FU カガワ	花き	リキュウソウ	リキュウソウ
2	JA ありだ	花き	キフジ	木藤
3	JA ありだ	花き	コデマリ	コデマリ
4	JA ありだ	花き	宿根スイトピー	宿根M I X
5	JA ありだ	花き	スイトピー	アーリーブルー
6	JA ありだ	花き	スイトピー	ガラティア
7	JA ありだ	花き	スイトピー	クリーム
8	JA ありだ	花き	スイトピー	サーモンピンク
9	JA ありだ	花き	スイトピー	スーパーローズ
10	JA ありだ	花き	スイトピー	タンゴ
11	JA ありだ	花き	スイトピー	ピー ラベンダー
12	JA ありだ	花き	スイトピー	ファーストレディー
13	JA ありだ	花き	スイトピー	マロン
14	JA 安房	花き	ポピー	ポピー大輪
15	JA 上伊那	花き	カラー	グリーンゴッデス
16	J A高知市三里園芸部	花き	グロリオサ	ササヨ
17	J A高知市三里園芸部	花き	グロリオサ	サザンウインド

18	J A高知市三里園芸部	花き	グロリオサ	ミサトレッド
19	J A高知市三里園芸部	花き	グロリオサ	ルテア
20	JA とぴあ浜松	花き	スイトピー	アプリコットビューティー
21	JA とぴあ浜松湖西地区	花き	コデマリ	コデマリ
22	愛知みなみ花 PC	花き	グロリオサ	セントレアマスコットイエロ
23	あづみ農協	花き	アネモネ	モナリザ
24	阿南市農協	花き	アリアム	コワニー
25	淡路日の出農協	花き	スイトピー	ミニー
26	あわじ岡松ローズ	花き	バラ	オートクチュール
27	あわじ岡松ローズ	花き	バラ	もこもこ
28	糸島農協	花き	アスチルベ	ダイヤモンドライラック
29	糸島農協	花き	アネモネ	モナーク
30	稲治茂	花き	ツバキ	赤詫び介
31	稲治茂	花き	ツバキ	白玉椿
32	稲治茂	花き	ツバキ	ツバキオリジナルピンク
33	エナガファーム	花き	スカビオサ	ナナスカーレット
34	エナガファーム	花き	スカビオサ	ナナビオラ
35	エナガファーム	花き	スカビオサ	ナナホワイト
36	エナガファーム	花き	スカビオサ	ナナワインレッド
37	エナガファーム	花き	スカビオサ	プリティーパープル
38	エナガファーム	花き	スカビオサ	プリティーピンク
39	エナガファーム	花き	スカビオサ	プリティレディ
40	おおいた佐伯豊南	花き	スイトピー	アプリコットグリーン
41	大井農園	花き	バラ	ルージュロワイアル
42	大山繁樹	花き	カーネーション	ミニティアラクリーム
43	大山繁樹	花き	カーネーション	ミニティアラ系 MIX
44	小川花園	花き	スイトピー	ビオレッタ
45	オキツローズナーセリ	花き	バラ	オレンジロマンティカ
46	オキツローズナーセリ	花き	バラ	日和
47	オキツローズナーセリ	花き	バラ	ラシャンス
48	紀州中央農協	花き	バラ	アマダ
49	紀南農協	花き	ナルコ	ナルコ
50	高知はた農協大方南部	花き	テマリソウ	テマリソウ



51	忍足義明	花き	ツルバキア	ツルバキアパープル
52	忍足義明	花き	ツルバキア	ツルバキアピンク
53	下川正義	花き	スカビオサ	オリンピア MIX
54	周桑農協	花き	デルフィニウム	ブルーデルフィ
55	信州諏訪	花き	アネモネ	モナリザ
56	新ふくしま	花き	サクラ	彼岸桜
57	新ふくしま	花き	ボケ	緋の御旗
58	新ふくしま	花き	ユキヤナギ	雪うさぎ
59	平菜花卉園芸	花き	スイトピー	クリムゾン
60	田中富雄	花き	センニチコウ	オードリールピンク
61	谷口郷治	花き	アリアム	コワニー
62	たんばら園	花き	バラ	ラディッシュ
63	東予園芸	花き	バラ	エクレール
64	東予園芸	花き	バラ	オールドファンタジー
65	東予園芸	花き	バラ	クレメンダンジュ
66	東予園芸	花き	バラ	サラ
67	東予園芸	花き	バラ	ジュリアーノ
68	東予園芸	花き	バラ	ストロベリーパフェ
69	東予園芸	花き	バラ	スプレーウィット
70	東予園芸	花き	バラ	スプレーローズ
71	東予園芸	花き	バラ	ペショミニオン
72	東予園芸	花き	バラ	ベビーロマンティカ
73	東予園芸	花き	バラ	マカレナ
74	東予園芸	花き	バラ	ミスティックサラ
75	東予園芸	花き	バラ	リユーイーソー
76	土佐あき芸西	花き	オキシペタラム	ピュアブルー
77	土佐あき芸西	花き	オキシペタラム	ブライダルルージュ
78	土佐あき芸西	花き	オキシペタラム	ペガサスホワイト
79	土佐あき芸西	花き	デルフィニウム	スーパーグランブルーSP
80	土佐あき芸西	花き	デルフィニウム	スーパーシフォンブルー SP
81	土佐香美農協特産センタ	花き	トルコキキョウ	エグゼラベンダー
82	土佐香美農協特産センタ	花き	トルコキキョウ	ボヤージュブルー
83	土佐香美農協特産センタ	花き	トルコキキョウ	レイナホワイト
84	ながさき西海農協	花き	アスチルベ	アスチルベホワイト

85	ながさき西海農協	花き	アスチルベ	アスチルベライトピンク
86	浪越久司	花き	ニゲラ	ニゲラブルー
87	奈良県農協平群協選	花き	アオモジ	青文字
88	奈良県農協平群協選	花き	レンギョウ	ジャイアントレンギョウ
89	西吉野農協	花き	サクラ	桜八重
90	西吉野農協	花き	サクラ	牡丹桜
91	野田フラワー	花き	コスモス	チョコレッド
92	羽衣洋蘭園	花き	シンビジウム	クレッセント
93	羽衣洋蘭園	花き	シンビジウム	サンセット
94	羽衣洋蘭園	花き	シンビジウム	ゼン
95	羽衣洋蘭園	花き	シンビジウム	和蘭・かがり火
96	羽衣洋蘭園	花き	シンビジウム	和蘭・春色
97	早坂園芸	花き	レースフラワー	ダウカスボルドー
98	東農園	花き	サンシュ	サンシュ
99	東農園	花き	バラ	イブナンバーワン
100	東農園	花き	バラ	イブピアッツェ
101	東農園	花き	バラ	ピタハヤ
102	東農園	花き	バラ	ピンクパール
103	東農園	花き	バラ	マルシア
104	東農園	花き	バラ	ラソワ
105	東花園塩入	花き	モモ	桃
106	東向勉	花き	サンシュ	サンシュ
107	日野洋蘭園	花き	アイビー	オータムブラウン
108	日野洋蘭園	花き	アイビー	ライトセピア
109	日野洋蘭園	花き	スマイラックス	スマイラックス
110	ひまわり農協	花き	バラ	イエローカンパネラ
111	ひまわり農協	花き	バラ	イブピアシェ
112	ひまわり農協	花き	バラ	カンパネラ
113	ひまわり農協	花き	バラ	マルシエルブ
114	ふくおか嘉穂	花き	スカビオサ	クラシックレッド
115	ふくおか嘉穂	花き	スカビオサ	クラシックワイン
116	ふくおか嘉穂	花き	スカビオサ	スカビブルー
117	ふくおか嘉穂	花き	スカビオサ	ルーディピンク
118	フラワースピリット	花き	ラナンキュラス	MIX
119	プレミアムグリーン	花き	ラナンキュラス	ミレス

120	平群温室バラ組合	花き	バラ	A ファンデーション
121	平群温室バラ組合	花き	バラ	グリーンハート
122	平群温室バラ組合	花き	バラ	ストロベリーパフェ
123	平群温室バラ組合	花き	バラ	スパニッシュダンサー
124	平群温室バラ組合	花き	バラ	パーティラナンキュラ
125	平群温室バラ組合	花き	バラ	ビターラナンキュラ
126	平群温室バラ組合	花き	バラ	ベルカント
127	平群温室バラ組合	花き	バラ	ラブリーファンデーション
128	前清	花き	アオモジ	青文字
129	丸朝園芸農協	花き	サンダーソニア	サンダーソニア
130	丸朝園芸農協	花き	リュココリネ	カラベレ
131	丸朝園芸農協	花き	リュココリネ	カラベレ
132	丸朝園芸農協	花き	リュココリネ	ディオオーネ
133	丸朝園芸農協	花き	リュココリネ	リュココ MIX
134	三宅憲次	花き	ヤマブキ	山吹
135	三豊地区農協	花き	デルフィニウム	デルフィ MIX
136	三豊地区農協	花き	デルフィニウム	トリトンライトブルー
137	三豊地区農協	花き	デルフィニウム	ブルーキャンドル
138	三豊地区農協	花き	デルフィニウム	ライラックキャンドル
139	みなべいなみ農協	花き	スイトピー	スイートハート
140	みなみ信州農協	花き	オキシペタラム	ブライダルルージュ
141	南原農園	花き	スマイラックス	スマイラックス
142	宮原洋一	花き	ラナンキュラス	MIX
143	メルヘンローズ	花き	バラ	Mオリエンタルドレス
144	メルヘンローズ	花き	バラ	Mビンテージジュラート
145	メルヘンローズ	花き	バラ	Mビンテージセピア
146	森田園芸	花き	ナナカマド	ナナカマド
147	柳井ダイヤモンドローズ	花き	バラ	クリームイブピアッシュェ
148	柳井ダイヤモンドローズ	花き	バラ	テナチュール
149	柳井ダイヤモンドローズ	花き	バラ	彩
150	山形おきたま	花き	サクラ	ケイオウ桜
151	山越隆圭	花き	モクレン	木蓮白
152	山三園	花き	サクラ	牡丹桜
153	香花園	花き	カーネーション	ミニティアミックス

154	高千穂地区農協	花き	ラナンキュラス	キティラ
155	高千穂地区農協	花き	ラナンキュラス	ビオット
156	笹岡花卉農園	花き	オキシペタラム	マーブルキャンディ
157	笹岡花卉農園	花き	オキシペタラム	マーブルハピネス
158	笹岡花卉農園	花き	オキシペタラム	マーブルホワイト
159	東予園芸	花き	バラ	パーティラナンキュラ
160	東予園芸	花き	バラ	レッドラナンキュラ
161	藤原農園	花き	ツツジ	イナリツツジ
162	日野洋蘭園	花き	アイビー	ライトカーマイン
163	尾鈴農協	花き	スイトピー	グレース
164	尾鈴農協	花き	スイトピー	コーラルピンク
165	尾鈴農協	花き	スイトピー	スーパーローズ
166	尾鈴農協	花き	スイトピー	スカーレット
167	尾鈴農協	花き	スイトピー	スカーレット
168	尾鈴農協	花き	スイトピー	ティファニー
169	尾鈴農協	花き	スイトピー	ロイヤルチェリー
170	尾鈴農協	花き	スイトピー	ロイヤルホワイト
171	福岡八女筑後集出荷場	花き	センニチコウ	ストロベリーフィールド
172	福岡八女筑後集出荷場	花き	ニゲラ	ニゲラホワイト
173	福岡八女筑後集出荷場	花き	ブルーレース	ブルーレース
174	豊橋農協	花き	グロリオサ	パール
175	豊橋農協	花き	グロリオサ	ライム
176	豊橋農協	花き	デルフィニウム	グランプルーSP
177	豊橋農協	花き	デルフィニウム	プラチナブルーSP
178	豊橋農協	花き	デルフィニウム	ラベンダーブルーSP
179	房陽葉蘭園	花き	ハラン	アサヒハラン
180	木下重信	花き	宿根スイトピー	宿根ピーピンク
181	木下重信	花き	宿根スイトピー	宿根ピー赤
182	木下重信	花き	宿根スイトピー	宿根ピー白
183	木下重信	花き	スイトピー	シャーリップル
184	野田フラワー	花き	スカビオサ	アプリコット
185	野田フラワー	花き	スカビオサ	スカビラベンダー

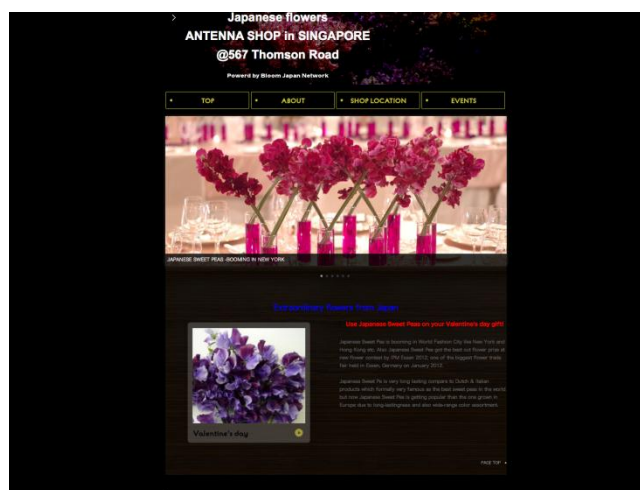
## 6 広報活動

### (1) 広報手段

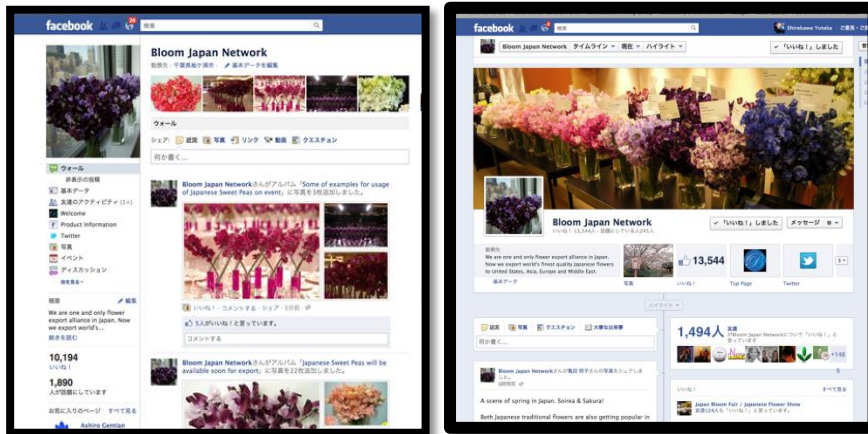
事業実施期間が限られていることから、広報においては日本の花の海外向け情報発信を展開する既存の広報媒体を即戦力として最大限活用し、バレンタインデー直前に実施する販促イベントの事前告知と、アンテナショップでの展開商材の紹介、ならびに国内生産者等の紹介等の情報発信活動を継続的に実施した。

### (2) 広報内容

事業で起用した専門家（ブルームジャパンネットワーク社）が展開している、世界最大の SNS 『Facebook』 を活用し、既存の日本の花き情報の発信ページ（購読者数は約 1 万 3 千人）及び、シンガポールに特化した情報発信を行う Facebook ページ（購読者約 3,200 人）を活用し、継続的な情報発信を展開した。また、アンテナショップで販売する花の情報や、店舗の所在地等を告知するホームページを作成し、アンテナショップを設置する現地大手花き販売会社の運営するホームページや SNS での情報発信ともリンクした。



(写真) アンテナショップ告知ページ



(写真) 広報ツールとして活用した Facebook ページ

※ 上記 Facebook ページでの情報発信は他国向け輸出販路開拓に大きな実績を創出しており、例えば事業実施主体が展開するアメリカ向け販路拡大事業では、需要者の口コミ効果により輸出額を大幅に伸ばす結果となった。この生花はNHKのビジネス番組『Biz スポ』でも特集として本年1月に放映され、日本の花き業界でも Facebook ユーザーが急激に増えている。東南アジアでは日本よりも遥かに Facebook の普及率が高く、ブログやツイッターよりも高い情報発信効果が得られると言われている。



※Facebook のリアクション方法を活用し、実際に買いにきた現地消費者およびその友人との交流の場を創出することで口コミ効果を得た。

## 7 販売促進活動

事業の開始が、現地での需要期であるバレンタインデー前であったことから、バレンタインデー向け販売促進活動を展開した。

### ①一般消費者向けバレンタインデー需要喚起イベントの実施

シンガポールでは香港や他の欧米諸国と同じく、バレンタインデーには男性から女性に花を贈るのが習慣となっている。日本では女性が男性へチョコレートを送る日として定着しているが、海外では異例なことである。バレンタインデーの花の需要はシンガポールでさえマーケット規模としては日本より格段に大きい。実際に現地では、5,000件ものアレンジを受注をする花屋も存在し、中華圏の正月にあたる春節とその前後にあるバレンタインデーで、年間の花き消費の半数を占めるとも言われている。これまで日本の花がバレンタインデーギフトとしてシンガポールで販売された実例がないことから、2~3月という短期間のアンテナショップ設置の中でバレンタインデーを最も重要な物日として位置づけ、マリーナベイ地区にあるショッピングモール『マリーナベイリンクモール』で日本の花のアレンジメントを実演するデモを行い、消費者向け需要喚起イベントを展開した。イベント日はバレンタインデー直前の週末とした。

マリーナベイ地区は金融街にあり、金融街に勤務する人が居住する高級マンションが多数立ち並ぶ地区である。このイベントには多数のカップルや西洋人が来場し、日本の花の美しさに驚く来場者で賑わい、バレンタインデー向け需要喚起への効果的な活動となった。

### ②上記イベントと連動したショッピングモール内での仮設販売拠点の設置

バレンタインデー直前の週末に実施したイベントと連動し、バレンタインデー当日までイベントコーナー近くのグローサリーショップの店頭スペースを借り受け、仮設店舗を設置した。販売商材はバレンタインデー向けアイテムとして、手ごろな価格帯のスイトピーのガラスブーケと、日本の花をアレンジしたバレンタインブーケに絞り込んで販売を展開した。初日の日曜日はほとんど売れなかったが、バレンタインデー当日には幅1.5メートルほどの小さな仮設販売コーナーながら商品を完売し、30万円近くの売上げを達成する成果を上げることが出来た。この取り組みから、今後のアンテナショップでは物日をターゲットにしたイベントや仮設店舗の設置を実施することで、日本の花の認知度を向上させる大きな効果をえられると考えられる。



(写真) ショッピングモールでのデモンストレーションイベントの様子。制作したアレンジは会場内に展示され、多数の人たちが写真を撮るなど見入っていた。



(写真) イベント会場に設置した仮設販売拠点の様子。バレンタインブーケと手ごろな価格帯のガラスブーケを販売。バレンタインデー当日には完売した。



8 販売製品に対する評価

※販売製品は花き、価格はシンガポールドル

No.	販売製品名	総合評価	品質	外見	価格
1	スイトピー	現地では殆ど流通していないため、香りや花色ともに高い評価を得ることができた。まだまだ馴染みのない製品であるため、使用方法を含めた提案が今後必要。	日持ち・ボリューム・ステムの長さが良い。	良い	2.3
2	バラ	他国産のバラがかなり流通しているが、価格面では日本産の商品は不利であるが、丸弁やスプレー系については、高い評価。バレンタインでは、バラの需要が高いため、有望である。	花弁の多さや日持ち性が良好。	良い	9.0
3	オキシペタルム	現地では殆ど流通していないため、香りや花色ともに高い評価を得ることができた。まだまだ馴染みのない製品であるため、使用方法を含めた提案が今後必要。	ボリューム・日持ちともに品質は高い。	非常に良い	6.0
4	スカビオサ	花色の豊富さや日持ちの良さで評価は高いものの、欧米に比べるとマーケットが成熟していないため、大きな花が好まれる傾向で、小さな花については、今後使用方法を含めた提案が必要。	熱帯では開花が進行しやすく、切り前の調整が必要。	普通	2.2
5	ランンキュラス	現地に流通するオランダ・中国産に比べ、価格は高いがボリューム・日持ち等の品質面で圧倒している。特に大輪系は、リピーターが入るなど高い評価。	熱帯にもかかわらず、1週間程度の日持ちがあった。	非常に良い	5.5
6	グロリオサ	現地に流通するオランダ産に比べ、長さ・ボリューム・花色ともに日本産は圧倒しており、高い評価であった。リピート率も高く、今後の有望製品である。	長さ・日持ち・ボリュームともに、現地産を圧倒する品質。	非常に良い	9.0

7	カーネーション	現地では、他国産のカーネーションが流通しているが、それらにない形や色目の日本産の商品については高い評価であるが、価格競争力において他国産とは開きがあるため、使用方法を含めた提案が今後必要である。	日持ち・ボリュームが良い。	良い	2.7
8	デルフィニウム	ジャイアントタイプは、現地でも流通しているが、花色の豊富さやステムの長さが高い評価。現地で流通していないスプレータイプは花色の豊富さ、ボリュームで高い評価。	ステムの長さや日持ちがよい。	非常に良い	8.0
9	リューココリーネ	花色の豊富さや日持ちの良さで評価は高いものの、欧米に比べるとマーケットが成熟していないため、大きな花が好まれる傾向で、小さな花については、今後使用方法を含めた提案が必要。	香り・日持ちがよい。	普通	2.2
10	アネモネ	花色の豊富さや日持ちの良さで評価は高いものの、欧米に比べるとマーケットが成熟していないため、大きな花が好まれる傾向で、小さな花については、今後使用方法を含めた提案が必要。	発色・日持ちがよい。	良い	4.7
11	サクラ	価格面では、競合する他国産よりも高いが、花付きの良さや枝ぶりの良さで、最も評価の高かった製品のひとつである。今後の有望製品のひとつである。	花付き・枝ぶり・日持ちともに良い。	非常に良い	21.0
12	アリアム	花形や香りも含め、現地にはない商材であり、評価は高い。しかし、馴染みのない商品であるため、今後使用方法を含めた提案が必要。	日持ちがよく、花も大きい。	良い	1.6
13	アオモジ	他の枝ものにならないような、花付き・ボリュームで、ブライダルやイベントといった用途で使用されるなど、評価は高い。今後の有望製品のひとつである。	花付き・枝ぶり・日持ちともに良い。	良い	11.0

14	コデマリ	現地では、他国産が流通しているが、ボリュームや花付きで高い評価を得た。	花付き・枝ぶり・日持ちともに良い。	良い	6.5
15	ユキヤナギ	花付きの良さ、ボリュームともに高い評価。旧正月では特に人気が高く、今後の有望製品のひとつである。	花付き・枝ぶり・日持ちともに良い。	非常に良い	6.5
16	トルコキキョウ	ボリューム・色目・ステムの長さともに高い評価であるが、現地で流通する他国産に比べて品質差以上に価格差があるため、今後使用方法を含めた提案が必要。	ボリューム・花色・ステムの長さがよい。	良い	8.6
17	ボケ	価格面では、競合する台湾・中国産品よりも高いが、花付きの良さや枝ぶりの良さで、最も評価の高かった製品のひとつである。今後の有望製品のひとつである。	花付き・枝ぶり・日持ちともに良い。	非常に良い	8.0
18	アイビー	花色の豊富さや日持ちの良さで評価は高いものの、欧米に比べるとマーケットが成熟していないため、大きなものが好まれる傾向で、小さなものについては、今後使用方法を含めた提案が必要。	花付きが良い	普通	1.0
19	アスチルベ	花色の豊富さや日持ちの良さで評価は高いものの、欧米に比べるとマーケットが成熟していないため、大きな花が好まれる傾向で、小さな花については、今後使用方法を含めた提案が必要。	熱帯では開花が進行しやすく、切り前の調整が必要。	普通	1.5
20	カラー	色目・ステムの長さともに高い評価であるが、現地で流通する他国産に比べて品質差以上に価格差があるため、今後は使用方法を含めた提案が必要。	ボリューム・花色・ステムの長さがよい。	良い	4.2
21	キフジ	他の枝ものにならないような、ボリュームで、評価は高いが、今後使用方法も含めた提案が必要。	枝ぶり・日持ちともに良い。	普通	4.7

22	コスモス	花色の豊富さや日持ちの良さで評価は高いものの、欧米に比べるとマーケットが成熟していないため、大きな花が好まれる傾向で、小さな花については、今後使用方法を含めた提案が必要。	熱帯では開花が進行しやすく、切り前の調整が必要。	普通	1.8
23	サンシュ	他の枝ものにならないような、ボリュームで、評価は高いが、今後使用方法も含めた提案が必要。	枝ぶり・日持ちともに良い。	普通	12.8
24	サンダーソニア	花色の豊富さや日持ちの良さで評価は高いものの、欧米に比べるとマーケットが成熟していないため、大きな花が好まれる傾向で、小さな花については、今後使用方法を含めた提案が必要。	花付き・枝ぶり・日持ちともに良い。	普通	5.5
25	シンビジウム	品質については評価は高いものの、現地で流通する大輪の商品に比べると日本産の商品は花が小さいため、ボリューム不足を指摘された。	日持ちがよい	普通	16.0
26	スマイラックス	商品のボリュームや、ステムの長さが高い評価を得たが、まだまだ馴染みのない商材であるため、今後使用方法を含めた提案が必要。	ボリューム・ステムの長さがよい。	良い	6.8
27	センニチコウ	花色の豊富さや日持ちの良さで評価は高いものの、欧米に比べるとマーケットが成熟していないため、大きな花が好まれる傾向で、小さな花については、今後使用方法を含めた提案が必要。	日持ちがよい	普通	1.9
28	ツツジ	他の枝ものにならないような、花付き・ボリュームで評価は高い。今後使用方法も含めた提案が必要。	花付き・枝ぶり・日持ちともに良い。	良い	22.0
29	ツバキ	他の枝ものにならないような、花付き・ボリュームで評価は高い。今後使用方法も含めた提案が必要。	花付き・枝ぶり・日持ちともに良い。	良い	8.0

30	ツルバキア	花色の豊富さや日持ちの良さで評価は高いものの、欧米に比べるとマーケットが成熟していないため、大きな花が好まれる傾向で、小さな花については、今後使用方法を含めた提案が必要。	日持ちがよい	普通	2.6
31	宿根スイトピー	現地では殆ど流通していないため、花色等高い評価を得ることができた。まだまだ馴染みのない産品であるため、使用方法を含めた提案が今後必要。	日持ち・ボリューム・ステムの長さが良い。	良い	2.0
32	ナナカマド	他の枝ものにならないような、花付き・ボリュームで評価は高い。今後使用方法も含めた提案が必要。	花付き・枝ぶり・日持ちともに良い。	良い	4.6
33	ナルコ	花色の豊富さや日持ちの良さで評価は高いものの、欧米に比べるとマーケットが成熟していないため、大きなものが好まれる傾向で、小さなものについては、今後使用方法を含めた提案が必要。	日持ちがよい	普通	3.0
34	ニゲラ	花色の豊富さや日持ちの良さで評価は高いものの、欧米に比べるとマーケットが成熟していないため、大きな花が好まれる傾向で、小さな花については、今後使用方法を含めた提案が必要。	日持ちがよい	普通	2.3
35	ハラン	現地着荷時に荷傷みしていたため、評価を得ることができなかった。			
36	ブルーレース	花色の豊富さや日持ちの良さで評価は高いものの、欧米に比べるとマーケットが成熟していないため、大きな花が好まれる傾向で、小さな花については、今後使用方法を含めた提案が必要。	日持ちがよい	普通	
37	ポピー	花色の豊富さや日持ちの良さで評価は高いものの、欧米に比べるとマーケットが成熟していないため、大きな花	日持ちがよい	普通	1.2

		が好まれる傾向で、小さな花については、今後使用方法を含めた提案が必要。			
38	モクレン	他の枝ものにならないような、花付き・ボリュームで評価は高い。今後使用方法も含めた提案が必要。	花付き・枝ぶり・日持ちともに良い。	良い	11.5
39	モモ	他の枝ものにならないような、花付き・ボリュームで評価は高い。今後使用方法も含めた提案が必要。	花付き・枝ぶり・日持ちともに良い。	普通	21.0
40	ヤマブキ	現地着荷時に荷傷みしていたため、評価を得ることができなかった。			
41	リキュウソウ	商品のボリュームや、ステムの長さが高い評価を得たが、まだまだ馴染みのない商材であるため、今後使用方法を含めた提案が必要。	ボリューム・ステムの長さがよい。	良い	2.2
42	リユーココリネ	花色の豊富さや日持ちの良さで評価は高いものの、欧米に比べるとマーケットが成熟していないため、大きな花が好まれる傾向で、小さな花については、今後使用方法を含めた提案が必要。	日持ちがよい	普通	2.2
43	レースフラワー	花色の豊富さや日持ちの良さで評価は高いものの、欧米に比べるとマーケットが成熟していないため、大きな花が好まれる傾向で、小さな花については、今後使用方法を含めた提案が必要。	日持ちがよい	普通	4.2
44	レンギョウ	他の枝ものにならないような、花付き・ボリュームで評価は高い。今後使用方法も含めた提案が必要。	花付き・枝ぶり・日持ちともに良い。	普通	7.4

## 9 継続販売につながった販売産品

### (1) 事業実施店舗において継続販売することとなった販売産品

グロリオサ、サクラ、ラナンキュラス、バラ、アリウム、スイトピー、オキシペタラム、ユキヤナギ、コデマリ、ボケ、アオモジ、デルフィニューム

(2) 事業実施店以外において取り扱うこととなった販売産品

グロリオサ、桜、ユキヤナギ、コデマリ、スイトピー、ボケ

10 現地消費者・バイヤー等の意見、反応または評価等を販売産品の改善につなげた事例

現地に花が到着する前に、入荷見込みの花の情報をいち早く公開して欲しいという現地からの要望があり、Facebook のアルバム機能を活用し、タイムリーな情報発信を行った結果、商品到着する時間をめがけて買いに来るリピーターもみられるようになった。

また、アンテナショップにて販売されている商材の事前情報を、シンガポール内の高級ホテルの担当者へも情報発信し、これまでシンガポールになかった多彩なアイテムを見てもらうことで、法人向け販路開拓にもつなげることが出来た。すでに、日本の花を使ったロビー装飾を定期的に行うホテルができるなど、短期間でのアンテナショップ運営の中で、最大限の効果を引き出すことができた。



(写真) 日本の花の認知度が向上し、ホテルの装飾にも使われるようになった。

11 その他本事業を実施して得られた成果

これまで、日本の花をシンガポールに輸出しようという取り組みについては、様々な事業者がトライアルで輸入を実施した事例を現地で聞いているが、1度か2度はトライアル輸入するものの継続された事例はこれまで無かった。すなわち、これまでシンガポールには日本の花が認知されておらず、フローリストや花卸などの現地の花き業界人ですら日本の花の多彩さや品質の高さについて理解されていなかったのが現状であった。2ヶ月弱という限られた期間での事業であったが、2～3月に日本で流通する花き商材のなかでもニューヨーク等、他の先進国で人気の商材を継続してシンガポールに紹介し続けたことにより、現地フローリストなどの業務需用者が日本の花の日持ちの良さを理解

し始めたということは、販売面での成果以外の領域において最も大きな成果の一つであったといえる。

また、現地の花き卸関係者より、短期間での活動ではなく、1年と通じてアンテナショップを運営して欲しいとの意見が多数聞かれた。長期にわたり日本の花を買える状態を保つことにより、おのずと消費者にも業務需要者にも日本の花が無くてはならない商材になるというのが現地関係者の意見であった。過去にシンガポールの店頭に並んだことのない多彩な日本の花のアンテナショップを運営して試験販売を行ったという商業的な成果のみならず、今後の日本の花の現地への普及啓発に対して業界関係者から多数のポジティブな意見が出たことは、今後の輸出拡大の面でも大きな成果であったと考えられる。

なお、本年度は7月下旬からシンガポール政府が2年に1度開催するシンガポールガーデンフェスティバルの開催年にあたることから、シンガポール内での花の消費が2年に1度のサイクルで伸びる年でもあることから、アンテナショップの継続運営を強く望まれているところである。

## 1.2 販売製品の売上額

単位：シンガポールドル

品目	販売単価	1月		2月		合計	
		本数	金額	本数	金額	合計本数	金額計
スイトピー	2.3	3,867	8,895	717	1,650	4,584	10,545
オキシペタラム	6.0	285	1,710	140	840	425	2,550
バラ	9.0	153	1,380	123	1,110	276	2,490
スカビオサ	2.2	614	1,350	136	300	750	1,650
グロリオサ	9.0	107	960	63	570	170	1,530
ラナンキュラス	5.5	213	1,170	44	240	257	1,410
カーネーション	2.7	278	750	111	300	389	1,050
デルフィニウム	8.0	45	360	68	540	113	900
アネモネ	4.7	45	210	96	450	141	660
サクラ	21.0	14	300	10	216	24	516
ポピー	1.2			400	480	400	480
ニゲラ	2.3			196	450	196	450
リュウココリーネ	2.2	136	300	68	150	204	450
アスチルベ	1.5	100	150	200	300	300	450
アリアム	1.6	94	150	188	300	282	450
アオモジ	11.0	3	30	35	390	38	420



コデマリ	7.7	23	180	19	150	42	330
ユキヤナギ	6.5	23	150	23	150	46	300
アイビー	1.0	300	300			300	300
ツルバキア	2.6			115	300	115	300
センニチコウ	1.9			158	300	158	300
サンシュ	12.8			19	240	19	240
ツツジ	22.0			10	210	10	210
ナナカマド	4.6			33	153	33	153
ナルコ	3.0			50	150	50	150
レンギョウ	7.4			20	150	20	150
コスモス	1.8			83	150	83	150
ブルーレースフラワー	3.0			50	150	50	150
トルコキキョウ	8.6	14	120			14	120
レースフラワー	4.2			21	90	21	90
ツバキ	8.0	11	90			11	90
スマイラックス	6.8	4	30	9	60	13	90
サンダーソニア	5.5	11	60			11	60
キフジ	4.7			13	60	13	60
リキュウソウ	7.2			8	60	8	60
カラー	4.2	11	45			11	45
ボケ	40.0			1	45	1	45
シンビジウム	16.0	2	30			2	30
モクレン	11.5	3	30			3	30
合計		6,356	18,750	3,227	10,704	9,583	29,454

### 1.3 本事業を実施して浮き彫りになった課題と解決策

#### (1) 課題

##### ①限られた期間での実施で紹介アイテムが少なかった

アンテナショップの運営期間が2ヶ月弱という短期間だったことから、多彩な日本の花き商材のなかでもごく限られた商材についてのみしか販売できなかったことから、試験を通じての嗜好性の確認と、現地消費者および業務需用者への商材紹介がしきれなかった。現地実需者からも長期でのアンテナショップ運営を望む声や、配布カタログに掲載した春～秋にかけての商材についての質問も数多くあり、現地で全く知られていない花を画像だけで説明するのは難しく、1年を通じて日本の花を反復的に

現地に紹介していく機会の提供が今後の課題である。

②日本の花の実際にアレンジ方法がわからない

アレンジデモンストレーションイベントを1回しか開催することができなかった。しかしながら、現地実需者からは多彩な日本の花の利用方法についてもっと知りたいという声や、サンプルアレンジをもっと展示して欲しいという要望が非常に強くあった。

(2) 解決策

①については次年度も継続して実施し、夏～冬までの季節商材を現地へ提案とプロモーションを行い、周年輸出実現のための第一歩とすることが最も効果的な解決策である。②については、夏～翌春にかけて長期間にわたり販売拠点を運営することにより、日本の四季ごとに変わる美しい日本の花のアレンジ利用方法について現地に紹介するデモンストレーションイベントとアレンジ展示を反復的に実施することで、日本の花の現地での利用シーンの提案と認知度を向上することが最も効果的な解決策であると考えられる。

連絡先

株式会社なにわ花いちば

住所：〒538-0031 大阪府大阪市鶴見区茨田大宮 2-7-70

TEL：06-6914-2303

FAX：06-6914-2070

部署名：営業開発部