

## (別添1) フラワーバレンタインとは

### (1) 「フラワーバレンタイン」とは

我が国のバレンタインデーは、女性から男性にチョコレート等により愛を伝える日とされています。昨今は「逆チョコ」「友チョコ」など、バレンタインデーのギフトの有り様も多様化してきています。

一方、欧米諸国では、男女がお互いに愛や感謝を伝えあう日として、メッセージカードを贈りあう習慣があり、男性がそのカードに添える最も重要なアイテムとして花が贈られています。これは欧米だけでなく中国、台湾、ベトナム等のアジア諸国でも、多くの男性が女性に花を贈り、愛や感謝を伝えています。つまり、世界標準のバレンタインデーは、男性から女性に花を贈る日なのです。

そこで、我が国でも2月14日を、本来のバレンタインデーの姿である性別を問わずお互いが愛を伝えあう日として、そして日本の男性も自らの意思で堂々と花を携えて女性に愛を伝えることができるよう、花業界がこれをお手伝いするキャンペーンが「フラワーバレンタイン」なのです。

### (2) 花き業界が一丸となって行う初めてのモデルケース

本キャンペーンは、今まで各団体・企業がばらばらに行ってきた販売促進活動を集約し、各団体・企業から参加協賛金(1口1万円)を集め、これをもとに「バレンタインデー」にターゲットを絞って協同でプロモーションを実施する、業界初の画期的な試みとして昨年度よりスタートとしました。これに参加・協力するのは小売業者だけでなく、生産者、流通業者、資材業者、その他関係者などから、幅広い参加を得ながら、業界全体の取り組みとして行っています。

参加者は所属団体に関係なく、共通のキャンペーンツールを用いて販売促進を横断的に行うとともに、メディア等を活用した協同プロモーションを実施しています。

実際に花を消費者に販売をする今年の参加花き専門小売店は、のべ約8,500店を予定しており、これは全国生花店の約3分の1(全国の花き専門小売店の総数=約2万4千店(平成19年)・・・出所:経済産業省「商業統計表」より)に相当します。また、昨今成長中のネットショップでも展開が始まっています。

これらの店頭では共通のポスター・商品タグが用いられ、またネットショップでも共通のビジュアルでページが構成されるなど、「男性から女性へ花を贈る2月14日」のPR活動と商品販売が活発化しています。初年度にあたる2011年に取り組んだ小売店では、平均して前年比約15%の売り上げ増※という報告もあり(※2011年3月フラワーバレンタイン推進委員会調べ)、今年の成果が期待されています。

男性から女性へという、今までのバレンタインデーとは全く逆のアプローチというだけでなく、花を持って歩くことが恥ずかしいと思う男性が多い我が国において、非常にハードルの高いキャンペーンと考えられますが、わずか2年目で、自発的な取り組みが全国各地に(別添2参照)広がっており、業界全体で盛り上げようという機運が高まっています。

### (3) 全国各地で告知イベント・タイアップ企画を実施

一人でも多くの方々に、「男性から女性へ花を贈る2月14日」であることをまずは知ってもらうことを目的に、全国で告知イベント並びにタイアップ企画を実施します。これは主に一般の方(特に男性)に花を無料配布することで、男性から女性に実際にお花を贈ってもらい、喜びを体感してもらう機会の創出を図ります。女性の喜ぶ笑顔が男性への最大の告知効果となると考えてのことです。

また、メディアやレストラン業界など異業種とのタイアップも一層強化しています。昨年度に引き続き映画館(全国の「ワーナー・マイカル・シネマズ」とのキャンペーン連動や幕間CMの長期間放映

(<http://www.flower-valentine.com/tieup/>)、JFN系ラジオ20局で放送中の「flowers」にて、フラワーバレンタインに関するプログラムの放送、本年度より国内最大のショッピングサイト「楽天市場」でのフラワーバレンタイン特集がスタートするなど、新たな露出効果を期待しています。ミシュラン星付きレストラン「ゴードン・ラムゼイ at コンラッド東京」では、男性から女性にディナーの席で12本

のバラのブーケを贈るギフトがセットになったバレンタイン・ディナーコースのご提案や、「六本木ヒルズ」では、男性が自分で花を選びミニブーケ作りを体験して女性にプレゼントするイベントを実施するなど、男性参加型のコンテンツを通して「フラワーバレンタインいいね!」という雰囲気や、異業種の方々と共に醸成していきたいと考えています。(別添2のイベント一覧リストをご参照ください)

東日本大震災からまもなく1年を迎え、より一層、身近な方へ愛や感謝の気持ちを伝えることの大切さが見直される中、この「フラワーバレンタイン」を通じて、温かな絆作りのお手伝いできればと願っています。

(共通ツール)



▲ポスター (B2 サイズ)

(表)



(裏)



▲チラシ (14.8×14.8cm)



▲ネットショップ用  
ブログガジェット



▲タグ (4.5×4.5cm)