

9. 参加店舗の取り組み

大手チェーン店

市場よりヒアリング

【参加店舗の取り組み】青山フラワーマーケット

フラワーバレンタイン

既存店前年比

既存店前年比:112.4%(同一日)比較、同曜日の場合175.7%

購入者男女比

男性比率 41.5% 、女性比率 58.5%

30代が断トツに多く、今年は前後1日も男性比率が20%を超えていたので、事前買いや、遅れてごめんね需要も多少あったと思われる。また、週末需要との区別がデータ収集上できないが、女性のフラワーバレンタイン需要も少しあったように思われる。(友チョコ的な)

※通常期 男性比 約18%、女性比 約82% ※データ収集 自社レジ店舗のみ(74%)

店頭の傾向

今年は週末の金曜日ということもあり、集客に期待が高まった。しかしながら、年始からの新型コロナウイルスの影響で春節の中国人旅行者が激減。百貨店を中心に10%~15%減の状態が少しずつ他の場所でも出始めた頃で、当日は20時台以外は行列もないような状況だった。また、増税後初ということもあり、一輪を選ぶ方も多く見られた。新店の渋谷スクランブルスクエアは、日中は外国人の購入者が多く、夜には20名弱ほどの行列ができた。

そして、フラワーバレンタインが10周年を迎えることもあり、花の国日本協議会でもベストフラワリストの企画や、新たに渋谷スクランブルスクエアでのイベント実施など当日までの仕掛けを行った。最終的に当日夜にテレビ東京のワールド・ビジネス・サテライトでフラワーバレンタイン特集が組まれ、6分30秒に及ぶ放送枠を獲得できた。(うちAFMは2分30秒)

人気商品:バラ、AFMBQ S(1,980円)、LSB、マルシェBQ、オーダーBQ



青山フラワーマーケット エキュート品川店の様子

【参加店舗の取り組み】青山フラワーマーケット

2月14日（金）フラワーバレンタイン 店頭状況



青山フラワーマーケット 渋谷スクランブルスクエア店 20時台



青山フラワーマーケット 渋谷東急東横店



青山フラワーマーケット 池袋西武店



【参加店舗の取り組み】青山フラワーマーケット



青山フラワーマーケット 池袋西武店 いつもは黒のユニフォームを白に。胸元には赤いバラ。

青山フラワーマーケット 渋谷東急東横店では全員赤いトップスを着てイベント感を演出した。



店舗の黒板 一例



【参加店舗の取り組み】青山フラワーマーケット

フラワーバレンタイン商品

AFM全店共通商材

サプライズBOX「Open me!」



ハート型のアイビー「True Love」



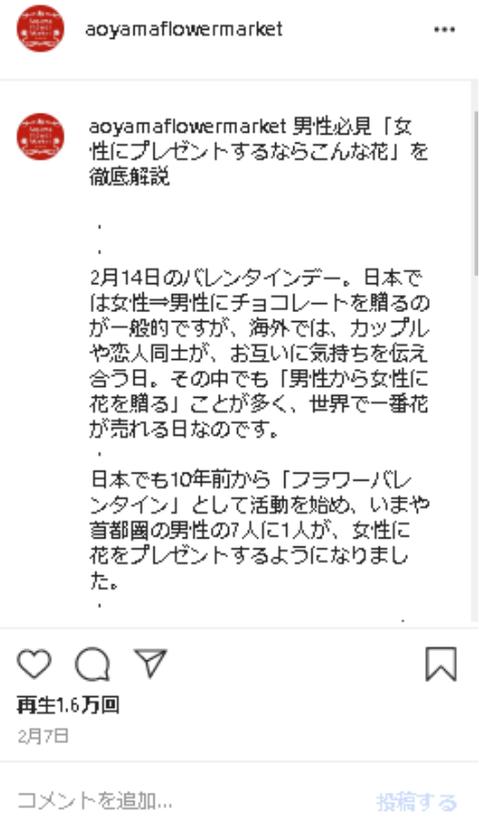
それぞれの意味をもつ12本のバラ「ダズンローズブーケ」



渋谷スクランブルスクエア店限定「ブーケアラモード」コケティッシュ

【参加店舗の取り組み】青山フラワーマーケット

フラワーバレンタイン WEB/SNS



Instagramでは当日まで6回FVIについてUP。
男性の花贈りについてYou Tube動画も配信。

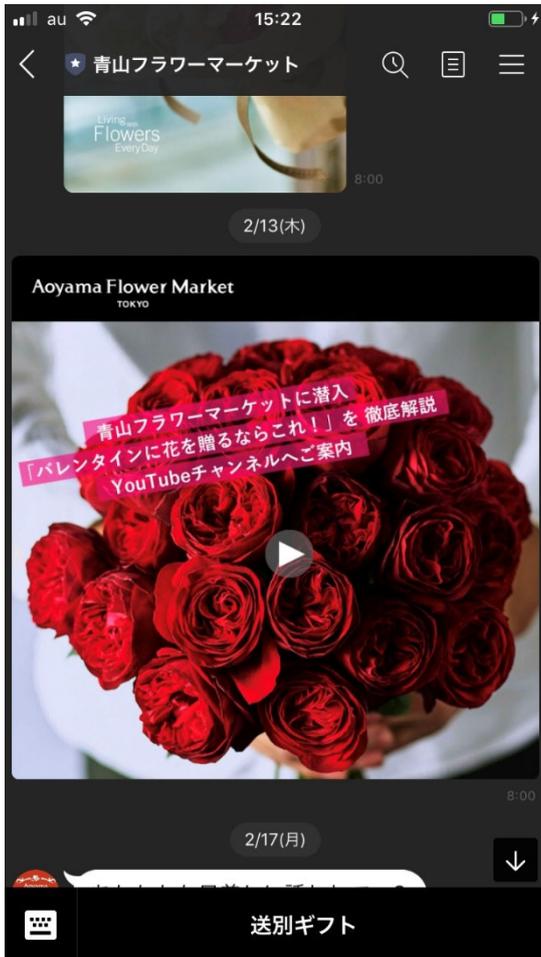
ブランドサイトでもFV特集



公式Twitterでは合計21回つぶやき。

【参加店舗の取り組み】青山フラワーマーケット

フラワーバレンタイン WEB/SNS



今日は♡♡バレンタインデー♡♡です😊
海外では、バレンタインデーに男女がお互いに愛や、感謝を伝え、男性が女性へ花を贈る習慣があります🌸🌸
いつも、思ってもなかなか伝えられない気持ちをお花と共に言葉にしてみませんか??きっと...もっと見る



👍👍👍 15

公式LINEでは直前に花贈りのコツを号外で配信

それぞれの店舗LINEでも一斉にFV配信



今年はディベロッパーさんのバレンタイン販促にも花を取り入れるところが。

【参加店舗の取り組み】 青山フラワーマーケット

Be
flower
Be
mine ♡
Flower Valentine

2月14日（金）当日報道番組にも登場！



局アナの相内優香さんが自らレポート



ビジネスマンからの注目度が高い『ワールド・ビジネス・サテライト』



4分40秒の長い尺で放送！



地方メディアも！HBC北海道テレビ「今日ドキッ！」札幌ステラプレイス店が登場

メディア取材・露出



日本経済新聞2020年2月11日掲載。



J-WAVE STEP ONEで生中継で本店の二宮さんが出演。Open me!を紹介。

【参加店舗の取り組み】青山フラワーマーケット

Be
flower
Be
mine ♡
Flower Valentine

今年は従来のチョコよりも、別のものを取り上げたいメディアが多かった印象

livedoor NEWS

ALL / MOVIE / STAGE / MUSIC

特集 2020/バレンタイン #1



感謝の気持ちを、花言葉に込めて伝えたい。渡邊圭祐と
過ごすフラワーバレンタイン

2020年2月12日 17時55分

今注目の若手俳優・渡邊圭祐さんのコラムでフラワーバレンタインの紹介。

<https://news.livedoor.com/article/detail/17794434/>

はじめる ログイン

D-AI

2人の距離を縮める フラワーギフトの選び方

2020/2/10

恋のイベントの代表格といえば、2月14日のバレンタインデーですね！
日本では、女性から男性への愛の告白として、気になる相手や恋人、家族にチョコレートを贈り、また義理チョコや
褒美チョコなども毎年盛り上がりを見せています。
一方海外では、日本とは逆に男性から女性に気持ちを伝えるのが一般的で、バラの花やブーケなど、花を贈ることが
多く、バレンタインデーには必須のようです。
気になる人との初めてのバレンタインデーなら、自分の気持ちを伝える絶好のチャンス！
今年のバレンタインデーは、花を添えて気持ちを伝えてみてはいかがでしょうか。



CCCの新しいマッチングサービスD-AI コラム

Forbes NEW CATEGORY SERIES BRANDVOICE CAREER

 フォローする

井上英明 | Official Columnist
株式会社バーク・コーポレーション 代表取締役 **Living With Flowers Every Day** Full Bio



男性が女性に贈る「フラワーバレンタイン」花を選ぶコツは？
ライフスタイル 2020/02/01 11:00



CEOの時間の使い方と「人間らしい生活」
ライフスタイル 2020/01/04 11:00

社長のForbes連載も2月はフラワーバレンタイン。

【参加店舗の取り組み】青山フラワーマーケット

イベント開催 TEA HOUSE フラワーバレンタイン当日の花配り

今年は3店舗同時開催！

TEA HOUSE 赤坂Bizタワー店：店舗開発 中島さん



TH南青山本店：
AFM BC 江原さん、TH南青山
井口さん

TEA HOUSE アトレ吉祥寺店：
TEA HOUSE 吉祥寺店店長 廣瀬さん

当日の模様をInstagramのストーリー
で紹介。



【参加店舗の取り組み】 青山フラワーマーケット

SNSよりお客様の反応

※個人に掲載許可は取っていませんので転載NG



masamislashes他が「いいね！」しました
louis_mi Happy Valentine's day ♡
Thank you Thank you Thank you 🥰🥰🥰 I love you ♡



akyrurajapen · フォローする
kasamatsumarikoが「いいね！」しました
akyrurajapen #HappyValentine
#妻に花でも買ってか
#パスタガーベラ
#△OYAMA△FlowerMarket

海外対応も



sino3.side_b · フォローする



karahor_seisakusho他が「いいね！」しました
sino3.side_b 昨日は#ハッピーバレンタインデー ♡で
したでしょうか？
私は#超絶繁忙期にまさかの急展開が起こりバタバタで
したが長い長い一日を終えることができました。一粒に思い
をのせて 🥰 喜んでいただけたかなあ 🥰
移動中、お花屋さんに行列が!?
珍しい光景に遭遇 🥰
#afm#aoyamaflowermarket #青山フラワーマーケット
#幸せな光景#味覚の記憶#記憶に残る味

kazucy_i · フォローする



sumi_free他が「いいね！」しました
kazucy_i #aoyamaflowermarket
告白

7時間前



【参加店舗の取り組み】青山フラワーマーケット



まい子 @maimaik_o · 1時間

今日青山フラワーマーケットに列ができてた！安価なものを女性にプレゼントするならお花に限る♡大きさはともかく彼女の好きな色が思い出の色にすると最高。私は旦那さんの仕事で地方に住んでた時、東京帰りたいたいイヤイヤ言っていて異動決まった日に3年間お疲れ様でしたってもらったお花が嬉しかった。



雪うさぎ @janfeb_march_16 · 3時間

駅ビルの中の青山フラワーマーケットの前通ったら、男性が行列してた...
😞😞😞
近くに出ていた有名チョコレート店GODIVAはお客いないのに...

日本のバレンタインも、変わりつつあるのかな~!?! 😞😞😞



むーやん@運動の記録 @muyan_undo · 4時間

青山フラワーマーケットに仕事帰りのビジネスマンが花束持って行列作ってるの、めっちゃほっこり 😊

出来合いの花束だったり、バラ一本だったり、自分でセレクトしてたり...
憧れる~ 😊❤️



みいー@キュボ改造中 @miimi_0913 · 34分

昨日の夜ちまあま仕事帰りの男性客多かったので今日も多いかもなあ。
男性から花を贈るフラワーバレンタイン、浸透してますね。



naozo @naozochan · 1時間

フラワーバレンタインは日本ではどうなったの？数年前に駅前で配ったりして頑張ってたけど。楽しいイベントは根づいてほしいよ。一部でいいから。経済まわるし。



このスレッドを表示



Musik&RadioHÖRER ⚡カイザーバラック⚡ @LebeR13Ka... · 1時間

返信先 @HikanTVさん

チョコによるバレンタインは、もうイイかなあ〜と考え...男性から女性に御花を贈るフラワーバレンタインを推してゆきましょう〜



とらこ @OY9JoSHOjGoa9ZX · 1時間

いいなあ

バレンタインはお花もらいたかったなあ。
別に大きな花束じゃなくていいの。
一輪のお花でもいいの。

WBSみてやっぱり変わってきてるんだな〜
って思って、そこからうちの現状みて悲しく
なった。



あき@春はライブ続き @gran... · 2時間

ワールドビジネスサテライト見てたら、昨今のバレンタインは男性が花を買って帰る日と変わりつつ（本来こっちらしい）あるという話題をやってて。そこで白髪の男性がスーツで赤い薔薇を一本だけ包んでもらってて、うわー ✨素敵 ✨ と思いました。奥様喜ばれてるだろうなあ、今頃。

【参加店舗の取り組み】青山フラワーマーケット



hinakoart_vo • フォローする

hinakoart_vo Happy Valentine ♡
私は自分にお花を👉
仕事帰りにお花屋さんへ寄ったら、バレンタインアレンジのお花を買いにきた男性が多かった👉
素敵ですね👉
その花束をもらえる女性はシアワセ👉

#バレンタイン #valentine #お花のプレゼント #花のある暮らし #バレンタインに花束を #バレンタインは男性から #青山フラワーマーケット #バレンタインアレンジ

2日前

♡ 🔍 🗒

tohko_2013、他10人が「いいね！」しました

2日前

コメントを追加... 投稿する



s.sforza_ • フォローする

s.sforza_ バレンタインに👉お花を👉もらった
嬉しかったよ
#フラワーバレンタイン #接子チョコ #ingフラワーバレンタイン #青山フラワーマーケット #バレンタイン #素敵 #sony5100 #カメラ女子

1日前

♡ 🔍 🗒

ariana_jilli、他5人が「いいね！」しました

1日前

コメントを追加... 投稿する



mmmanana • フォローする

mmmanana ハッピーバレンタイン！
質の良いお花をもらいました👉
うちの旦那さんは説明するのが好きな人です。
なんでこうなったか、
なんでこうなったか、
それはそれは細かくて、
それはそれはお母さんそっくりなのです。

店員さんに色々聞いた、これがボリュームがあった、ストックと違う色にしたかった、ザ、素敵っていう色が良かった、自分がピンときたのはこのお花だった

と...大体こんな感じかな。

♡ 🔍 🗒

tatsuya_1960、他21人が「いいね！」しました

1日前

コメントを追加... 投稿する



saorianthi.1984 • フォローする

saorianthi.1984 2月14日は世界でもっとも花を贈る日というメッセージが届いたという事で、我が家にも届きました👉👉 #お花が見ると嬉しい気持ちになります
#メスターからの花束👉
#青山フラワーマーケット
#メッセージをありがとう
#rockbar #rock
#bar #阿佐ヶ谷

11時補前

♡ 🔍 🗒

nailsprout、他22人が「いいね！」しました

11時補前

コメントを追加... 投稿する



takmalaga1997 • フォローする

takmalaga1997 St.Valentine's day
妻へのサプライズプレゼント
女性から気になる男性にチョコレートを送るのが習慣になっていますが、男性から女性に送るのもありとしい、チョコレートではなくお花を贈る。
職場で外国人男性スタッフが女性にチョコレートを送ってたり、アメリカの周りの友達が好き女性に花を送って驚かされたとか聞いていたので男性から送るのも普通なのかもしれません。
花屋でも結構男性客もいました。

#バレンタインデー
#贈り物
#素敵

♡ 🔍 🗒

akio_yoshizaki、他20人が「いいね！」しました

1日前

コメントを追加... 投稿する



mikamika3131 • フォローする

mikamika3131 #フラワーバレンタインの企画があったのでカフェでバラの花を買いました👉
#子供 #キッズモデル #子供 #J53 #kidsmodel #child actress #Valentine

5日前

♡ 🔍 🗒

ebiyuriko 可愛い♡素敵のお花が良く似合いますね！

5日前 返信

♡ 🔍 🗒

junjunjun0730、他50人が「いいね！」しました

5日前

コメントを追加... 投稿する



happydeliverer • フォローする

happydeliverer 今日バレンタイン。
旦那さんから花いただきました👉
あたしはあおさんのバレンタインのお手紙にかまけて、旦那さんの分を作っていないけど👉
いつもありがとう👉

#バレンタインフラワー #お花のプレゼント #今日は葉っぱ #青山フラワーマーケット

2日前

♡ 🔍 🗒

miyoko345love、他39人が「いいね！」しました

2日前

コメントを追加... 投稿する

高山尚貴(アナ) ANA大好き！研修で1000分の1mmに挑戦中 @n... · 19分

今日は #バレンタイン 🌸 ! 外回り帰りに妻に花を買いに行きましたー!
@monami1187 よこちゃんのツイートで #フラワーバレンタイン を知ったのでプレゼントしようかなって思ってた。
初めてバレンタインにプレゼントするんじゃないかな？

なぜか僕がドキドキする... (笑)



♡ 3 🔍 1 ♡ 14 🗒

【参加店舗の取り組み】 青山フラワーマーケット

ロンドン店の様子！



2月13日前年比 197%
2月14日前年比 145%
と実店舗の売上は前年を大きく上回った。

愛妻の日

既存店前年比

既存店前年比:119.7%

購入者男女比

男性比率 28.7% 、 女性比率 71.3%

※通常期 男性比 約18%、女性比 約82%

※データ収集 自社レジ店舗のみ(83%)

店頭の傾向

当日朝に日本テレビ「スッキリ」でも愛妻の日特集が放送され、効果が期待されたが、いざ店頭に行くといく人ないし二人程度男性のお客さまが購入を迷っている様子はどの店舗でも見られるものの、バレンタインと同様な様子まではいかない状況だった。恐らくは花贈りの経験はなく、購入の仕方がわからないような層。20代、30代の若め。

一方、愛妻の日の特設を設けてトライしたAFMルミネ北千住店では、呼びかけに対してチラチラと見つめ、足を止めて購入を迷う方が多かった。大体60代前後のご年配層。奥さんに買って帰ろうかな。という一瞬の迷いを捉える仕掛けか、事前PRが必要に感じた。愛妻の日を気になっている潜在層は一定数いらっしゃる。

人気商品：バラ、1,000円台BQ、LSBキッチン、マルシェBQ、オーダーBQ3,000円台

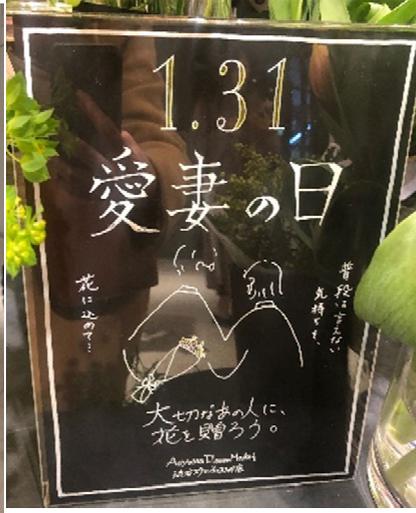


青山フラワーマーケット 有楽町マルイ店 当日夜の様子

【参加店舗の取り組み】青山フラワーマーケット



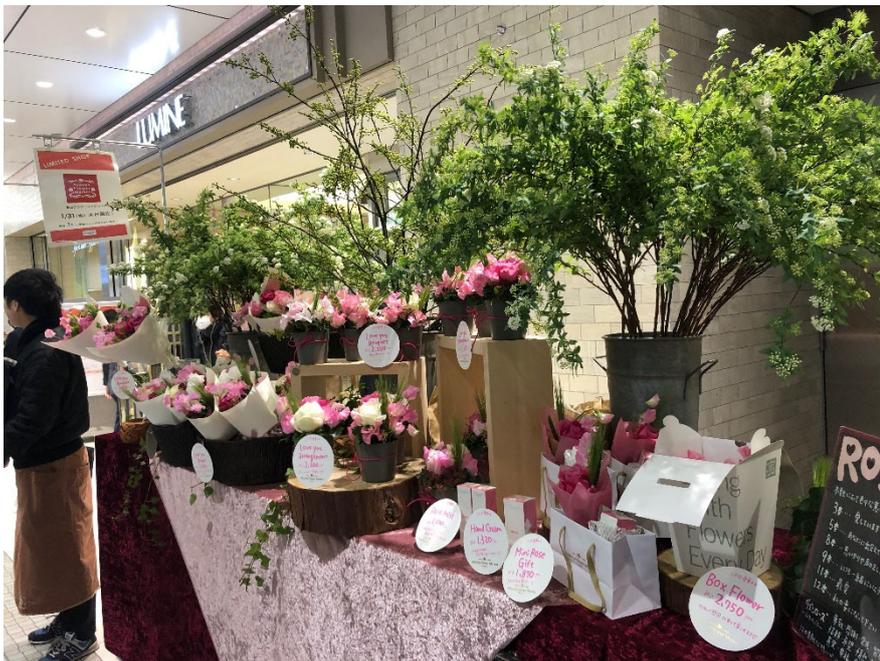
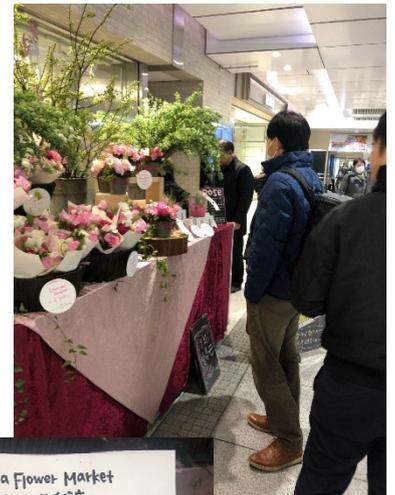
渋谷スクランブルスクエア店



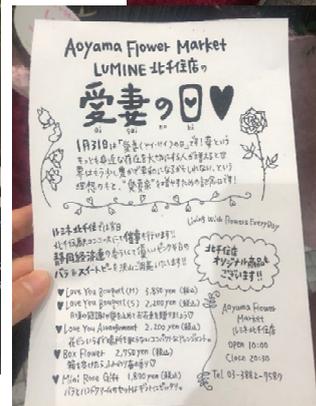
エキュート上野店



エキュート品川店



ルミネ北千住店 愛妻の日特設会場



【参加店舗の取り組み】青山フラワーマーケット

1月31日（金）は愛妻の日

愛妻の日 販促ツール・SNS状況



ブランドサイトで
TOPバナー掲載
及びニュース
ページで商品紹介。

1月31日は「1=アイ」「31=サイ」という語呂合わせから、愛妻家というライフスタイルを世界に広める活動をする「日本愛妻家協会」が制定した愛妻の日。

青山フラワーマーケットが愛妻の日におすすめるのは、「ロマンティックBOX（税込3,200円〜）【写真下・下右】」。ふたを開けた瞬間の笑顔が楽しめるボックスに入ったこちらのブーケ。水が入ったカップにセットされているので、お花も安心。持ち運びがやすく、スーツ室にも馴染みます。

店頭では、その他にも愛妻の日に関連したアレンジメントやブーケなどを多数ご用意してみなさまのご来店をお待ちしております。

※画像はイメージです。使用花材は入荷により異なります。

青山フラワーマーケット みなとみらい店



青山フラワーマーケット みなとみらい店



♡ Beloved Wives day ♡

本日1月31日は【愛妻の日】です 🧑🏻‍🦱 ✨

愛妻の日とは・・・

『妻というもっとも身近な存在を大切にすることが増え、世界はより心温かくなるといわれています。』

店舗毎のLINE タイムラインの様子

CONTENT

今週のおすすめコンテンツ

📄 インフォメーション



バレンタインには花を贈ろう。フラワーバレンタイン開催！

🛒 オンラインショップ



1/31は愛妻の日！普段なかなか伝えられない感謝の気持ちを、花に込めて伝えましょう。

オンライン メルマガや公式LINEでも愛妻の日の告知

青山フラワーマーケット @aoyamafloowerm · 1月31日
企業公式さんの #愛妻の日 のツイートをまとめました！

今日、奥様に花を贈られる際に、話のネタになりそうなものがたくさんあったのでお役にてくださいね 🌸

together.com/li/1462466



👍 12 🧡 53 🔄

青山フラワーマーケット @aoyamafloowerm · 1月31日
今日（1/31）は #愛妻の日 ということで既婚女性のみなさまにアンケート。

ずばり、あなたの旦那は愛妻家だと思いますか？



145票・最終結果

👍 8 🧡 16 🔄

公式Twitterでお客さまアンケートなど実施

ホワイトデー

既存店前年比

既存店前年比:83.3%(同一日)比較、同曜日の場合116.9%

購入者男女比

男性比率 49.1% 、 女性比率 50.9%

※通常期 男性比 約18%、女性比 約82% ※データ収集 自社レジ店舗のみ(エキュート品川が新たに加わったのでぐっと引き上げた可能性あり。品川当日の男性比51.9%)

店頭の傾向

新型コロナウイルスの影響で、「ホワイトデーは花を買おう」という呼びかけが農林水産省からあった。そのため、いつもは買わないような男性も、購入された様子がSNSからも見られる。また、今回は土曜日のため金曜日に購入される方も多く見られた。前日当日比較でみると前年既存店比較97.5%



【参加店舗の取り組み】青山フラワーマーケット

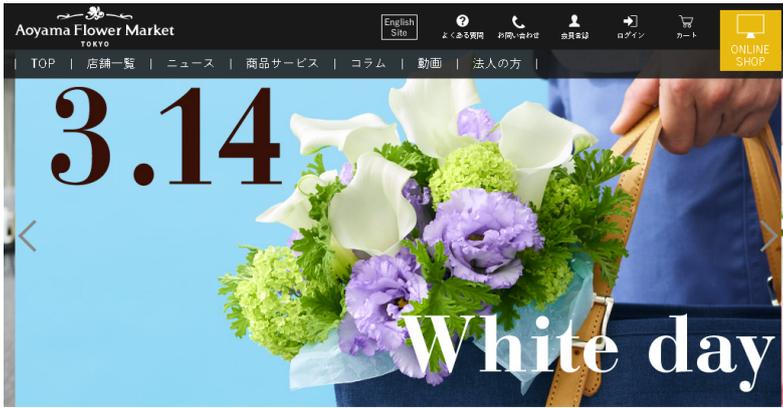


青山フラワーマーケット 渋谷スクランブルスクエア店の様子



【参加店舗の取り組み】青山フラワーマーケット

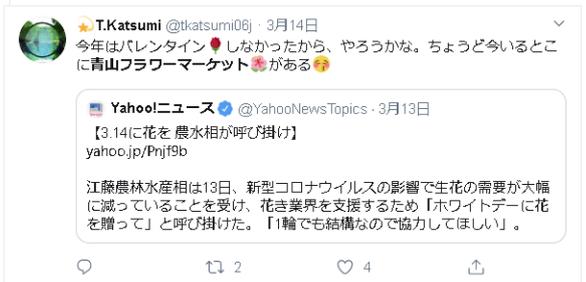
ホワイトデー WEB/SNS



青山フラワーマーケットブランドサイトTOPバナー掲出

公式TwitterでRTキャンペーン

SNS 反応



【参加店舗の取り組み】 日比谷花壇

- 実施期間 1月31日（金）～3月14日（土）
- 実施場所 ヒビヤカダンスタイル全店
- 実施内容 店頭ポスター・チラシ・オリジナルリーフレット・オリジナル商品・インスタ・LINE
- 主催団体 株式会社 日比谷花壇

◇バレンタイン



■店頭の様子

昨年は、赤バラをおすすめの店頭にしておりましたが、今年、チューリップをメインに訴求。買やすい値段のチューリップは、まとめて束ねるお客様が多かった。花言葉は「愛の芽生え」。セルトークでおススメした。

ルートのジュジュールはバレンタイン限定で販売。男性のお客様は、完成品を買われる方が多い印象。男性のお客様が毎年増えている。

■前年同日比

売上：108.4%

客数：123.9%

客数は、百貨店系が前年割れ
ビル店は好調。地方店は伸び悩み。

平均単価：約2,000円



【参加店舗の取り組み】 日比谷花壇

- 実施期間 1月31日（金）～3月14日（土）
- 実施場所 ヒビヤカダンスタイル全店
- 実施内容 店頭ポスター・チラシ・オリジナルリーフレット・オリジナル商品・インスタ・LINE
- 主催団体 株式会社 日比谷花壇

◇愛妻の日

1.31 FRI
THANKS WIVES DAY * SWEET PEA

愛妻の日 × スイートピー
(花言葉「この上なく幸福な喜び」)

買っていただきたいワイングラスにさりげなくお花を飾って、気持ちを伝える。「あなたと結婚して「この上なく幸せ」です。貴婦人美を惹かせる花言葉「この上なく幸福な喜び」を込めて、全盛期のスイートピーをメインに、ほんの少しのグリーンを加えればより豪華な花束としたスイートピーになります。

価格表 スイートピー×イエロー
ワリコールドイエロー
クラムペディアノローズブーケ
花 名 Clay Swargyan
\$ ¥1,401 (税別) \$ ¥1,700 (税別)

HOW TO

1. ワリコールドイエローの花をメインに豪華な花束に仕上げます。
2. ワリコールドイエローの花をメインに豪華な花束に仕上げます。スイートピーも一緒に飾りつけてあげます。
3. 涼しい場所にガラスカップに、ワリコールドイエローの水を注ぎ、お花を飾ります。

スイートピー ¥3,300



■店頭の様子

愛妻の日は、花の国協議会のプロモーションに合わせて統一。

スイートピーを中心に店頭は統一色。

全店統一商品として、ハートバック入りのシシフルを展開。

男性のお客様が毎年増えている。



愛妻の日

1.31 THANKS WIVES DAY

愛妻の日(1月31日)は、妻の日の記念日として、妻への感謝の気持ちを伝える、大切な日です。妻への感謝の気持ちを伝える、大切な日です。妻への感謝の気持ちを伝える、大切な日です。

愛妻の日をはじめとする 3 LOVE STORIES のキャンペーンを店頭で展開

2020.1.26

¥2,500 (税別)



■愛妻の日イベント@アトレ恵比寿
フォトスポットを設置し、プロカメラマンによる写真撮影を実施。
多くのカップル・夫婦が立ち寄り撮影していただいた。

【参加店舗の取り組み】 日比谷花壇

- 実施期間 1月31日（金）～3月14日（土）
- 実施場所 ヒビヤカダンスタイル全店
- 実施内容 店頭ポスター・チラシ・オリジナルリーフレット・オリジナル商品・インスタ・LINE
- 主催団体 株式会社 日比谷花壇

◇ホワイトデー



■店頭の様子

トワイディアをメイン花材とし訴求。POPカラーに合わせてディスプレイ。男性がプレゼントしやブルーの花は非常にご好評いただきました。今年も、当日が土曜日であったことと、コロナの影響があったこともあり、当日よりも前日金曜の方が良かった。

■前年同日比(13日14日2日間計)

売上：85.6%

客数：99.5%

当日は、コロナの影響あり。売上・客数ともに思うように売り上げ伸びず。ただし百貨店系の売上はほぼ前年並み。

コロナの影響で、土日の外出を自粛し、仕事帰りのお客様が多かったのかと予測。



平均単価：約2,000円





インスタにて告知
男性が女性にあげるという
イメージが湧くような画像にて。
愛妻の日は、チュリップ°。
バレンタインは、渡しやすい一輪の
バラ商品。
ホワイトデーは、トワイディアを
メインとしたシシ11ル商品をおすすめ。



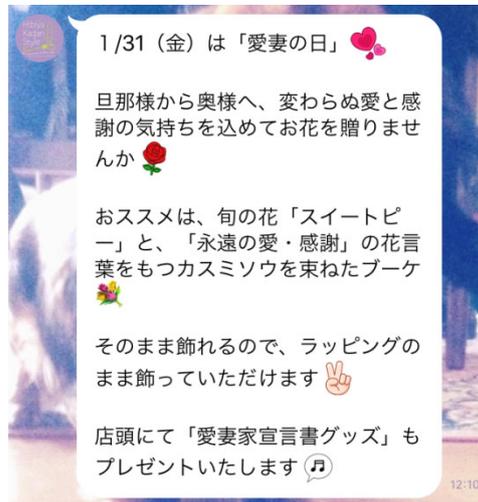
【参加店舗の取り組み】 日比谷花壇



各店フォロワーに告知。
全店にて配信。

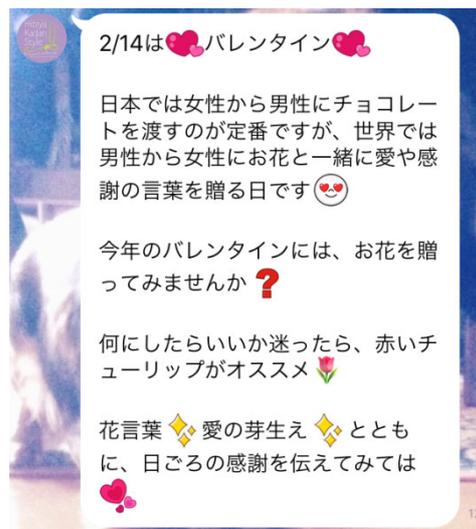
◆愛妻の日

1/20(月)に配信。
チューリップの花言葉を伝え、
プレゼントしやすいよう工夫。



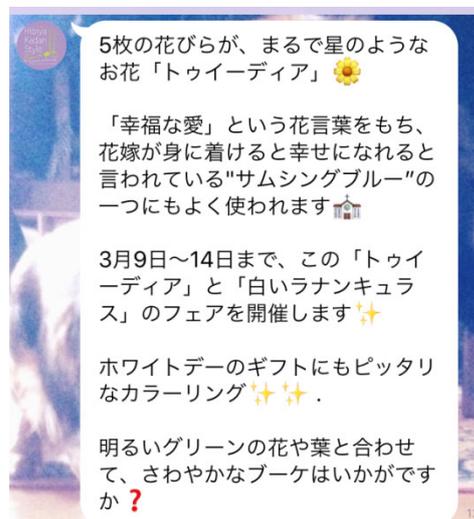
◆バレンタイン

2/7(金)に配信。
赤バラのフラワーフェスと合わせて告知。店頭が真っ赤なバラに。



◆ホワイトデー

3/9(月)に配信。
ピンクバラのフラワーフェスと合わせて告知。店頭がピンクバラに。ホームズも合わせておススメ。



- 実施期間 1月15日（火）～3月14日（木）＜愛妻の日・FV・ホワイトデー＞
- 実施場所 第一園芸各店 9店舗
- 実施内容 店頭ポスター・POP、公式チラシ設置、告知ディスプレイ、オリジナル商品の企画・展開、店頭用オリジナルパンフレット、缶バッジ着用、
「Flower Valentine with J-WAVE」への参加、百貨店でのイベント協力実施
- 主催団体 第一園芸株式会社

●2/14 前年同日記 売上 120% 客数 143%

- * フラワーバレンタイン期間（2月8日～14日）の客数は、前年比較 114%、客数は増、売上は前年比較118%であった。
- * 2/14金曜当日は（昨年木曜）前年比較で120%・143%と売上・客数は共に好調。
- * 直近一週間では、海外の方や男性顧客の下見などがあり全体の買上率が高くなった。
- * 当日は1本束や低単価のブーケが中心だったため低単価ではあったが客数増加で補った。
- * 今年は新型コロナウイルスの影響が出始めていたため客数が大きく減った店舗もあった。

●お客様の動向

- * 都心店では前年に比べ、海外の方の需要が増加した印象。郊外店でも海外の方や親子連れの方など幅の広い層の来店があった。
 - * 都心店、郊外店共に、来店のパークの多くが夕方から夜にかけてであり、約9割が男性客。
 - * 次年度では、共通してニーズが多かった赤バラがさらに高い需要になると予想。
- 今年度で需要の高かった外国人需要をさらに獲得するための施策を実施する。

●店頭の様子

昨年に引き続き、「3LOVE STORIES」に沿った展開を実施。1月15日(火)より商品を一部展開。ポスター、POP、チラシ、カタログ、オリジナル商品、タグ、缶バッジなど、告知ツールを活用して各店コーナー展開。



【参加花店の取り組み】第一園芸

●SNSを用いた取り組み

第一園芸 & BANCABARNET全店舗にて3LSと連動したInstagram発信を実施。3LSの展開期間1月16日～3月14日期间に弊社のアカウントフォローをした方へのお花のプレゼントキャンペーンを行った。

Instagram
3 LOVE STORIES
フォロー
キャンペーン
1.16 thu - 3.14 sat

上記期間中、お買い上げ時に「第一園芸」と「BIANCA BARNET」の両方をフォローしていただ方に、お花を1本プレゼント！
※お花の種類は店舗によって異なります。

Follow me!
お花1本
プレゼント!

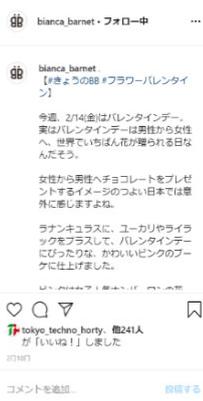
DAIICHI-ENGEI
daiichiengi_flowershop

花や緑を楽しみ、大切な人に花と緑を贈るヒントを発信する、第一園芸運営の公式アカウントです。

BB BIANCA BARNET
@bianca_barnet

自然を愛するガーデナー兼フローリスト「BIANCA BARNET」(フラワーショップ)の公式アカウントです。

より男性に意識してもらえるようなビジュアルで訴求。新規顧客獲得のためのギフト色の強いイメージを使用。バレンタインワークショップなども企画・配信。



【参加花店の取り組み】第一園芸

●百貨店との取り組み～銀座三越、日本橋三越

昨年に引き続き、“バレンタインに花”という取組にしっかりとコミット。各百貨店の公式アカウントで、フラワーバレンタインの館内装飾のPRやFV公式イベントをInstagramをで発信。イベント用の1本束の準備や会場装飾など第一園芸として協力・協賛を実施した。特に、銀座三越の公式Instagramでは、FV花送り企画があり、スタッフが花送りにつてコメント付の写真を大量にアップ。イベントを盛り上げた。

銀座三越店では、百貨店の全面協力の元、Instagramにて大々的にフラワーバレンタインを宣伝。1月20日～2月14日の間にFV投稿は28件掲載。



日本橋三越本店の紳士服 フロアではイベント会場ではプレゼント用1本束100個の配布、各会場装花協力。



＜イベントの詳細は第6章へ＞

【参加花店の取り組み】ブケ・オ!ブケ/ブケフルール

フラワーバレンタイン2020		
株式会社ゼントクコーポレーション		
■2/14前年同日比（客数/売上）及び、2/14前年対前々年対比（客数/売上） ※既存店		
【量販店内ショップ】		
2020年 売上昨年比		114.4%
2020年 客数昨年比		107.1%
2019年 売上比(対18年)		91.8%
2019年 客数比(対18年)		86.1%
【商業施設内ショップ】		
2020年 売上昨年比		103.1%
2020年 客数昨年比		107.9%
2019年 売上比(対18年)		114.9%
2019年 客数比(対18年)		121.1%
【全ショップ合計】		
2020年 売上昨年比		107.7%
2020年 客数昨年比		107.5%
2019年 売上比(対18年)		102.6%
2019年 客数比(対18年)		100.1%
■男性客比率の変化について		
<p>前年のご報告同様、バレンタイン当日の、男性のお客様の来店数は通常よりかなり多く、その比率は年々高まってきています。 商業施設内のショップでは、日中の男女比は5：5(通常時の男女比は2：8)。18時以降は男性比が9割を超える店舗もございました。</p>		
■売れ筋商品と価格帯について		
<p>前年ご報告同様、商業施設内のショップでは2千円前後の作り置きブーケが、量販店内のショップでは1千円台の作り置きブーケが点数/金額ともに1位となっております。</p>		
■その他特筆すべき情報（施策の工夫やスタッフの意識の変化など）		
<p>ピンクをイメージカラーとして、チラシヤ風船等を利用した装飾を施すなどしてお客様に対してフラワーバレンタインをアピールいたしました。 売上も年々高まり、お客様の認知度も上がってきているので、FVに対するスタッフの意識も高まってきております。</p>		
■その他		
<p>量販店内のショップは、前年は、曜日周りや天気の影響で館全体の売上/客数が低調で苦戦しましたが、今年は曜日周りもよく、前年の反動もあり順調に推移いたしました。 商業施設内の店舗は、競合店の出店等で苦戦した店舗もありますが、おおむね順調に売上を伸ばせています。客単価が2年連続して下がってしまっているので、来年の課題としていきたいと考えております。</p>		

ブケ・オ！ブケ
相模原店



ブケ・オ！ブケ
川崎店



【参加花店の取り組み】ブケ・オ！ブケ／ブケフルール



ブケ・オ！ブケ
戸田公園店



【参加花店の取り組み】 ブケ・オ！ブケ／ブケフルール



ブケ・オ！ブケ
本八幡店



【参加花店の取り組み】ブケ・オ!ブケ/ブケフルール



ブケフルール各店

● フラワーバレンタイン、愛妻の日、ホワイトデーに関するヒアリング

① A生花店

フラワーバレンタインとしてはそこまでお客様が増加したという印象はない。
下町で男性が花を持つことが定着していないと感じる。
愛妻の日、ホワイトデーも同様。花屋から積極的にアプローチしていきたい。

② フローリストB

バレンタインデーは好調。夕方に買いに来る男性がよく見られた。
金曜日は食卓に飾るのかミニブーケが良く売れた。
売れるから取り組むのと最初から取り組む意欲があってやるのは違う。
意欲がある店はしっかりとお客様の目に留まる。



③ C生花店

バレンタインは例年より良かった。が、ホワイトデーの売上げのほうが良かったと感じた。愛妻の日をもっと認知してもらえるようにPR方法など考えたい。

④ 花やD

バレンタインデーは好調で毎年来る人が増えており、今年はラジオを聴いてきた人も。ホワイトデーは男性女性同比率で来店があったとのこと。



⑤ 東京E

バレンタインは外国のお客様が多かったが、ホワイトデーは日本人の男性が多かった。盛り上がりは年々欠けてきているように感じる。最初は物珍しさで買うお客様が多かったがやはり認知度が低い印象。

⑥ Fはな

ポスターでの告知や店頭を掲載してもらいフラバレをPR。年々浸透しているのを実感しており、当日にぱっと買っていかれるお客様もいた。ホワイトデーや愛妻の日も上記の通り。男性が知るといより女性を通して知るきっかけづくりが良いのでは。

⑦ G園

バレンタインは外国のお客様が多かった。日本人のお客様は赤いバラを好む人が多く、中にはラジオを聴いて来店した方もいた。まだまだフラワーバレンタインは定着していない印象。ホワイトデー・愛妻の日はバレンタインほどではなかった。

⑧ フラワーショップH

バレンタインデーのお客様は昨年より増えた。業界として盛り上がっているのは良いが、普段からコンスタントに花を売れるようになると良い。特段フラバレ用の宣伝はせずPOP程度。中国人のお客様が多かった。また、ホワイトデー前後はマスコミの報道もあってか動きはあった。ただそうした時だけでなく普段から花を飾ってほしいが、これを機に買った人たちには花の良さを知ってもらいギフトにつながられたら。

⑨ 花J

例年通りだったが、まだなにを売っていいか・どういう宣伝をしたら模索中。フラワーバレンタインの基盤作りをして欲しい。

→JFTDに加盟されている生花店であることからフラバレ統一メニューがあると良いというお考えと思われる（東京フラワーポートご担当者）