

1. 結果のサマリーと次年度に向けて	1
2. 開催概要	4
【開催概要】 フラワーバレンタイン2017	5
【開催概要】 フラワーバレンタイン2017 参加・協賛者	6
【開催概要】 フラワーバレンタイン2017 イベントご協賛	9
【開催概要】 フラワーバレンタイン2017 活動状況	10
【開催概要】 国際フラワーEXPO2016 にて活動ご紹介	13
3. 共通販促ツール 販促キット/公式グッズ/サポートツール	14
【共通販促ツール】 販促キット (ポスター・チラシ・タグ等)	15
【共通販促ツール】 2016年度公式グッズ	17
【共通販促ツール】 ネットショップ向けサポートツール	18
【共通販促ツール】 販促サポートツール (ダウンロード形式)	19
4. 共通コミュニケーションツール 公式サイト/facebook/Twitter/Instagram	20
【共通コミュニケーションツール】 公式サイト	21
【共通コミュニケーションツール】 公式サイトアクセス状況の分析	30
【共通コミュニケーションツール】 公式Facebook	36
【共通コミュニケーションツール】 Twitter投稿より	39
【共通コミュニケーションツール】 Instagram投稿より	43
【共通コミュニケーションツール】 スマホ用無料アプリ『花贈りnavi』	47
5. メディアタイアップ J-WAVE/フジテレビ/Yahoo!/アプリ「カップリンク」	50
【メディアタイアップ】 FLOWER VALENTINE with J-WAVE	51
【メディアタイアップ】 フジテレビ日曜ドラマ『大貧乏』 タイアップイベント	60
【メディアタイアップ】 Yahoo!ショッピング フラワーバレンタイン特設サイト	63
【メディアタイアップ】 リンクバル開発アプリ「カップリンク」	65
6. 消費者向けPRイベント 協議会主催の異業種タイアップ企画	66
【プロモーションイベント】 六本木ヒルズ×愛知県	67
【プロモーションイベント】 伊勢丹新宿店 ISETAN MEN'S	72
【プロモーションイベント】 三越銀座店&三越日本橋本店	77
【プロモーションイベント】 渋谷ヒカリエ	80

7. 全国でのイベント活動	82
【秋田県秋田市】 フラワーバレンタイン推進委員会	83
【宮城県仙台市】 仙台市中央卸売市場花き部運営協議会	87
【茨城県水戸市】 いばらき花プロジェクト	89
【茨城県つくば市】 いばらきの花振興協議会	90
【東京都霞が関】 農林水産省「消費者の部屋」特別展示	95
【東京都各エリア】 大田市場花き部仲卸協同組合青年部	96
【東京都新宿区】 ホテル小田急サザンタワー (小田急ランドフローラ)	97
【東京都中央区】 丸の内MY PLAZA (花門フラワーゲート)	98
【東京都・神奈川県】 東急ストア前 (東光フローラ)	99
【富山県富山市】 フローラルとやま実行委員会	100
【石川県金沢市】 石川県花き振興地域協議会	102
【新潟県各所】 こいがた花推進委員会	104
【静岡県浜松市】 花の国日本協議会静岡連合・浜松PCガーベラ	108
【静岡県藤枝市】 花の国日本協議会静岡連合	111
【静岡県静岡市】 花の国日本協議会静岡連合	112
【愛知県各エリア】 フラワーバレンタインあいち実行委員会	115
【愛知県豊橋市】 花男子プロジェクト×3市合同	126
【愛知県田原市】 田原市	127
【愛知県長久手市】 東海農政局・東海地域花き・普及振興協議会	128
【京都府京都市】 京都生花	129
【大阪府大阪市】 大阪鶴見花き地方卸売市場	130
【大阪府大阪市】 大阪府花き振興協議会	132
【大阪府泉大津市・堺市】 西日本花き株式会社	147
【大阪府大阪市】 参照：LUCUA大阪バレンタインイベント	149
【兵庫県神戸市】 株式会社JF兵庫県生花	150
【兵庫県神戸市】 神戸市花き協会	154
【兵庫県南あわじ市】 ホテルアナガ	155
【兵庫県伊丹市】 イオンモール伊丹ルポゼフルール	156
【兵庫県姫路市】 花の街ひめじ実行委員会	157
【兵庫県西宮市】 阪急百貨店西宮店×青山フラワーマーケット	159
【三重県津市】 Lut's×メルセデスベンツ三重中央×花やの六さん	160
【広島県広島市】 広島花いっぱい推進委員会	162
【香川県高松市】 香川県花き園芸協会	163
【福岡県福岡市】 福岡県花卉農業協同組合花き消費拡大チーム	165
【福岡県久留米市】 久留米生花商組合・久留米花卉園芸農協	173
【大分県大分市】 大分県花き産業振興協議会	175
【大分県大分市】 大分県花き産業振興協議会・大分県	176

8. メディア掲載 ニュースリリース①②配信/新聞/雑誌/業界誌/WEB/WEB	177
【ご参照】ニュースリリース配信による記事掲載分析	178
【メディア掲載】ニュースリリース① 2016年12月1日配信アンケートパブリシティ	180
【メディア掲載】ニュースリリース② 2017年2月2日配信直前リリース	185
【メディア掲載】コラボ先や協議会会員企業のニュースリリース	190
【メディア掲載】ニュースリリース①結果（新聞・雑誌・WEB）	193
【メディア掲載】ニュースリリース②結果（新聞・雑誌）	198
【メディア掲載】ニュースリリース②結果（WEB）	208
【メディア掲載】異業種コラボ企業の公式サイト事例	214
【ご参照】農林水産大臣記者会見	217
【ご参照】サブカルチャー界にもフラワーバレンタイン	218
【メディア掲載】TV	219
【メディア掲載】広報PR活動内容と次年度に向けた課題	225
【ご参照】愛知県のメディアプロモーションの事例	226
【ご参照】福岡県のメディアプロモーションの事例	228
9. 各店舗の取り組み事例 参加花店の取り組み/販促ツールの活用事例	231
【参加花店の取り組み】青山フラワーマーケット	232
【参加花店の取り組み】日比谷花壇	236
【参加花店の取り組み】第一園芸	239
【参加花店の取り組み】Bouquet o! Bouquet（ゼントク・コーポレーション）	242
【参加花店の取り組み】小田急フローリスト	245
【参加花店の取り組み】関西店舗の展開事例	247
【参加花店の取り組み】フラワーバレンタイン売場の参考事例	248
【参加花店の取り組み】2月14日当日の都内の様子	253
【ご参照】2月14日当日の都内の様子	256
【参加者の取り組み】生産者が取り組むFV事例	257
【参加者の取り組み】市場・仲卸が取り組むFV事例	258

別冊

10. プロモーション効果検証	1
【店舗アンケート】店舗売上・活動調査結果	2
【消費者アンケート】第7回フラワーバレンタイン実態調査結果	5
参考資料 第4回「花と恋愛の相関図」全国男女1,000人花贈り意識調査ネットアンケート結果	31