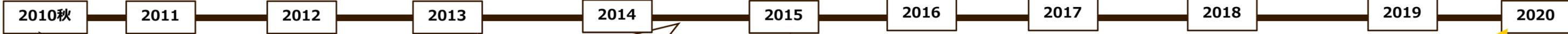


# 「フラワーバレンタイン」活動10年の軌跡

1/31愛妻の日・2/14フラワーバレンタイン  
3/14ホワイトデーの3ヶ月を“男性の花贈り強化月間”に「3LOVE STORIES」ポスター追加



**異業種コラボ  
プロモーション**  
バレンタインの新しい形  
社会現象にするために



**2010秋**  
2011年2月14日  
**第1回フラワーバレンタイン**  
花業界有志が集まり「フラワーバレンタイン推進委員会」発足。日頃ライバル関係の企業も一堂に会し消費者向けプロモーションをスタート

**共感くださる異業種  
パートナーを求めて!!**  
「銀座の街を花と笑顔あふれる一日に」銀座全百貨店・大型商業施設コラボ企画=1万本の花プレゼントで告知活動(～2013)

その後、日本橋・銀座三越・新宿伊勢丹メンズ館・渋谷ヒカリエ(開業年～)で、現在までイベント継続中  
**銀座三越は初年度から10年連続開催**

**全国80館のイオンシネマ  
幕間のCM**  
2013～2016年



**Mr.フラワーバレンタイン  
三浦知良選手(キングカズ)ご就任**  
東京・丸ビルで盛大に就任式開催

「フラワーバレンタイン推進委員会」を発展  
「一般社団法人花の国日本協議会」設立



**インフルエンサー  
とタッグ!**  
ファッションディレクター 干場義雅さん  
フラワーバレンタインアンバサダーご就任

**異業種コラボの強化、社会現象を狙う施策**  
●書籍『HOW TO 花贈り』発刊  
●ラブソングコンピCD『LOVE WORDS』(ユニバーサルミュージック/銀座でフラッシュモブPV)  
●オリジナルショートムービー制作(脚本:水橋文美江さん～朝ドラ『スカーレット』)  
←代官山蔦屋で書籍・CD発売記念  
**フラワーバレンタインイベント開催**  
※フラワーバレンタインテーマ曲  
作曲・演奏 ヴァイオリニスト亀馬

**J-WAVE朝の顔・別所哲也さん他全帯番組で**  
バレンタインデーに花と音楽を贈ろう。  
**Flower Valentine with J-WAVE 81.3 FM**

**首都圏版大型メディアタイアップ  
J-WAVE81.3とのコラボスタート**  
「FLOWER VALENTINE with J-WAVE  
～バレンタインに花と音楽を贈ろう」  
首都圏約500店舗の花店が参画  
花店に送客するプログラムに発展させていく  
2018年にはMr.のカズさんがスポットCMに登場!

**2014～2018スマホアプリ**  
スマホ用無料アプリ  
**花贈りnavi**  
2014～2016年  
全国の飲食業界とコラボ  
**JAPAN RESTAURANT WEEK 2015**



**初の全国版大型メディアタイアップ  
映画『雪の華』コラボ**  
「大切な人に“雪の華”を贈ろう」  
主演・登坂広臣さんファンによるSNS拡散  
経験したことのないリツイート数!  
全国337店舗の花店が参画⇒花店に送客

TVドラマの主題や  
番宣イベントにも  
**雪の華 × Flower Valentine**  
スペシャルコラボ  
大切な人に“雪の華”を贈ろう  
今年度のJ-WAVE  
スキマスイッチ  
テーマソング決定



**男性客の意識・行動変化**

花業界の反応は見事に二極化、「やらない理由」が蔓延する中、最初からチャレンジした都市部の花店は初年度から手ごたえ、反響が鈍い郊外地方店も3年目から男性客増え、ホワイトデーの売上も相乗効果でアップ! 2015年頃から年間を通じて男性客が増え始める兆し。

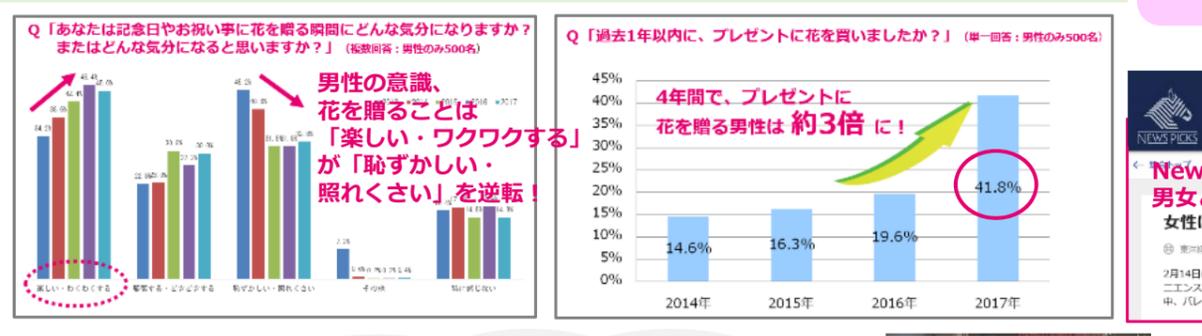
**花店の意識・売上変化**

全国各地で現状に危機感を抱く同志が立ち上がり、地域毎に生産者・花市場・花店・行政がチーム化。告知イベントが活性、4年で120件超え。2014年施行の農水省イノベ事業予算も全国拡散の後押しに。

**全国への広がり**



## 全国男女1000人の花贈り意識調査「花と恋愛の相関図」2013～2017年/11月実施



2013/2/14の男性花購入率は**まだ1.2%**  
2014/2/14は金曜の好チャンスになんと大雪...!  
2015/2/14は土曜、2016/2/15は日曜で、売上は増加しつつも店頭での盛り上がりには欠け...と苦しい時期  
そして2017年...**ついに男性の行列!**

**福岡県、活動量・メディア露出、圧倒的No.1へ!**  
近隣の大分県などに活動飛火  
茨城、静岡、香川などでは地元若手花生産者が中心となり地域の花店を多数巻き込み活動中!  
地方発メディア掲載も大幅に増加

**2017年が転機。花店への男性客行列が目立ち始めた頃から  
フラワーバレンタインが“新しい文化”になり始める兆し……  
そして本来の目的=年間を通じて男性の花購入が急増!**

**ビジネスパーソン向けメディアに  
業界の取組や男性の消費動向をPR**  
NewsPicksで400Picksに迫る話題数、  
男女とも好意的なコメントが非常に多い!  
女性に花を贈る? バレンタイン新風習の実態

**10年前は見られなかった景色!**  
2018/2/14恵比寿  
2019/2/14渋谷  
2017年山手線沿線で始まった行列は2018年郊外の住宅地沿線、2019年地方都市に広がる。SNSでは花をもらった女性だけでなく、贈った男性の投稿や若いファミリーの花贈り目立ち始める!  
2019/2/14花を贈った男性=2018年4.1%→1.5倍の6.4%  
東京都が突出、2019年のFV購入率は13.4%で全国平均の倍7人に1人がフラワーバレンタイン実行!  
20代は全国平均で12.2%=2018年6.4%から倍増  
(2019年3月実施/全国20-40代男女1036名調査結果)